

## الفصل الخامس

### الحصر السياحي ومدخلات التخطيط

مقدمه

أولاً : السياحة والسائح

ثانياً : الحصر السياحي وأهميته

ثالثاً : مدخلات التخطيط السياحي

١ - ما هو الوضع الحالي ؟

٢ - ما هو الوضع المستهدف ؟

٣ - كيف الانتقال من الوضع الحالي للمستهدف ؟



## الحصر السياحي ومدخلات التخطيط

### مقدمه

اتجهت العديد من الأجهزة السياحية التومية خلال عدة سنوات إلى الأخذ بنظام المعلومات السياحية وبذلت جهوداً جادة نحو انشاء أو تحسين هذه النظم لديها، وفيما يتعلق باحصاءات السياحة والسفر لم يكن هناك وضوح باغراض نظام المعلومات الاحصائية بين المعنيين بهذا النظام. إذ أن النظرة مختلفة ما بين الأجهزة السياحية من جهة، وبين الخبراء المتخصصين من جهة أخرى، وذلك لاختلاف النظرة الأساسية لاغراض نظام المعلومات.

وفي حقيقة الأمر أن الأجهزة السياحية تكون مطالبة أحياناً بتقبل ناتج استثمار كبير حتى قبل اتمامه إلا أن خبرة المتخصصين وقوار الخبراء الفصيل في هذا الشأن، ومن المعترف به أن هذا الخلاف يرجع إلى التطور التاريخي لحقل السياحة نفسه، والتي واجهت احتمال التعامل التطبتي الميكانيكي في الاحصاءات وحدها، حيث ظهرت مشاكل كثيرة ومعقدة خلال الفترة السابقة.

مما سبق يتبين أن جمع المعلومات والبيانات بعناية وبطريقة منظمة وعلى أسس فنية وتحليلية وتفسيرها من أجل تحسين وضع الخطط وصناعة القرار.

### أولاً : السياحة والسائح (١)

#### ١ - السياحة :

السياحة بمفهومها الحديث هي صناعة القرن الواحد والعشرين وظاهرة اجتماعية وانسانية عرفها الانسان منذ أن خلق الله الأرض وما عليها فهي قديمة قدم الحياة عريقة عراقية التاريخ.

فأصبح للسياحة دور عظيم الأهمية ذو أبعاد كبيرة في حياة الأمم والشعوب سياسية واجتماعية واقتصادية فأصبح عائدها ينافس الكثير من الصناعات الأخرى من خلال ما تحتضنه من عائدات مادية كبيرة تلعب دوراً هاماً في حل الكثير من المشكلات التي تواجهها وانشأت من أجلها المنظمات الدولية والمحلية التي ترعى شؤونها وتبتم بها لتطويرها والارتقاء بها وتنميتها وتنشيطها بين الدول المختلفة.

والسؤال الذي يثور في الذهن الآن هو : ما المقصود بالسياحة **Tourism Concept** أن الإجابة على هذا السؤال تتمثل أولاً : أن السياحة في أبسط صورها تعتمد على مقاومات طبيعية، وتراث حضارة، وعناصر ترفيهية ووسائل نقل، وامكانيات اقامة، وعلاقات ومجهودات انسانية.

إذا بدأنا التعرف على المفهوم اللغوي للنظ سياحة فنجد أنه يعني التجول، وهو يعني جال في الارض بمعنى أنه ذهب وسار على وجه الارض.

وفي اللغة اللاتينية نجد أن كلمة « Tourism » لفظ مستحدث. وفي اللغة الانجليزية نجد كلمة يتحول أو يدور « To Tour ».

فان هناك العديد من المفاهيم الخاصة بماهية السياحة والسائح سوف نعرض بعضاً منها :  
(٢)

### Van Schullern حيث ذهب جلاكسان

«السياحة مجموع العلاقات المتبادلة بين الشخص الذى يوجد بصفة مؤقتة فقط فى مكان اقامته وبين الاشخاص الذين يقيمون بهذا المكان»

ويذهب مورجنروث K. Morgenroth

«السياحة هى حركة الاشخاص الذين يتعدون مؤقتاً عن مقر اقامتهم للاقامة فى مكان آخر طالما كانوا يستخدمون الامكانيات الاقتصادية والثقافية مرضيين بذلك مطالب الحياة أو الثقافة أو الرغبات الشخصية ايا كان نوعها»

وقد تعرض ماتير C. Mathiot للسياحة فى تعريفه على انبا عملية تنظيمية حيث أن «السياحة هى جميع المبادئ أو القواعد التى تنظم بتتضاها رحلات الترويج أو الفائدة سواء ما كان منها متعلقاً بما يقوم به المسافرون أو السياح. شخصياً وما كان منها متعلقاً بما يقوم به أولئك الذين يقومون باستقبالهم وتسهيل انتقالهم»

فون شوليرن السياحة هى : «الاصطلاح الذى يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الاجانب واقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة» (٣)

فالسياحة عند مير جان ميسان «هى عبارة عن نشاط ترفيهى يشغل الشغل أو الاقامة بعيداً عن الوطن المعتادة من أجل الترفيه والراحة والتزويد بالتجارب والثقافة بفضل مشاهدة مرئيات جديدة للنشاط البشرى ولوحات لطبيعة مجبولة. (٤)

فهناك من يعتبر السياحة أيضاً معيماً للمزيج والاتصال الثقافى والحضارى الذى يساعد على صياغة الشخصية القومية وتقليل المسافات الاجتماعية بين الشعوب كما أن السياحة تمثل رافداً من روافد الطلب على طاقات وقدرات العسل فى فنون الادارة والتنظيم والتنقيب والصيانة واللغات والتشييد والعمارة والبناء والنقل والتجميل والفنون الشعبية والصناعات اليدوية والزخرفية والعلاقات العامة والاتصال والخدمات الاجتماعية بل أن السياحة تعتبر الان مؤشراً النهضة والتقدم. (٥)

يشير البدراوى للسياحة بأنها النشاط الاقتصادى الذى يتضمن استقبال مواطنين من دولة اجنبية، الذين يقومون بزيارة اماكن خارج اوطانهم لمدة معينة. (٦)

ونلاحظ انه تزداد أهمية السياحة إذا علمنا أن مواردها من النقد الاجنبى وصلت فى بعض الدول الي أن تحتل مكاناً بارزاً يلى الايرادات المتحققة من القطاعات الرئيسية فى النشاط الاقتصادى.

وإذا ما بحثنا عن تعريف السياحة فى قاموس العلوم الاجتماعية فنجد أنها انتقال أى

شخص من مكان اقامته إلى مكان آخر ولمدة قصيرة نسبياً والاتفاق على اقامته من مداخراته وليس من العسل في مكان الذى يزوره. وقد ينشد السائح مجرد الزيارة أو تمضية الاجازة أو الحج أو العلاج أو الدراسة، وبذلك ينتقل السياح بصفتهم مستهلكين لامنتجين وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية وتعنى الحكومات بحركة السياحة فتبني الوسائل اللازمة لراحة السياح من توفير الفنادق ووسائل الانتقال وانشاء مناطق سياحية جديدة وتوفير الخدمات بيا واقامة المشروعات السياحية بغرض تسهيل زيارة السياح لها، ويقال السياحة الاجتماعية Social Tourism لذلك النوع من السياحة الذى يهتم بتنظيم رحلات الأسر والموظفين والعمال وذوى الدخل المحدود. (٧)

ويشير حين كفاقى لمفهومه للسياحة Tourism : تعريف السياحة بأنها النشاط الانسانى الذى يتعلق بالحركة والتنقل، يقوم به فرد أو مجموعة الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر لاسباب اجتماعية أو ترفيهية أو قضاء الاجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو للعلاج والاستثناء، وليس بغرض العمل والاقامة الدائمة، ولا تدخل فى السياحة وجود قوات احتلال عسكرى أو هجرة من بلد إلى بلد أو حتى للعمل المؤقت أو اعضاء السلك الدبلوماسى. (٨)

ويقترح المؤلف التعريف التالى للسياحة فى ضوء أهداف ومحددات الدراسة وذلك على النحو التالى :

تعبر السياحة عن مجموعة العلاقات والخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة فى بيئة جديدة ومنتيرة ايكولوجياً، بعيداً عن مقر اقامته المعتاد بنرض اشباع حاجاته أو تحقيقاً لمصلحة ما طالما كانت هذه الإقامة لا تحقق له ربحاً مادياً. (١٧)

هذا يعنى أن السياحة نشاط إنسانى متعدد الجوانب يتضمن مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذى يوجد بصفة مؤقتة فقط فى مكان اقامته وبين الاشخاص الذين يقيمون بهذا المكان، وتتضمن كذلك العديد من الخدمات المقدمة للسائح وهى متميزة ايكولوجياً، والسائح هو الشخص الذى يقيم إقامة مؤقتة بغرض اشباع حاجاته وتحقيق مصلحة ذاتية غير محققة للريح.

فى مارس ١٩٩٣ وافق اللجنة الأحصائية بالأمم المتحدة على التوصيات التى أعدتها المنظمة العالمية للسياحة حول الإحصاءات السياحية والتى سبق أن صدرت عن المؤتمر الدولى الذى عقد فى « أتوا » عام ١٩٩١ حول السياحة.

وأكد أنه تعنى بالسياحة أنشطة الاشخاص المسافرين إلى مكان آخر غير المكان المعتاد لأقامتهم، ولمدة لا تزيد عن سنة كاملة لفرص الترويج أو الأعمال أو أغراض أخرى.

وتعتبر موافقة الأمم المتحدة على هذه التوصيات مرحلة أساسية لتوحيد المقاييس والمفاهيم المتعلقة بالنشاط السياحى على المستوى الدولى.

## ٢ - السائح وتعريفه :

قبل أن نبدأ بالحديث عنه، قد يكون من المفيد أن نعرف من هو «السائح» فالتعريف المتفق عليه رسمياً «هو شخص مسافر لفترة تزيد على أربع وعشرين ساعة في دولة غير الدولة التي يقيم فيها عادة».

بيد أن هذا التعريف لا يعد وافياً تماماً نظراً لانه يسقط من حاسبه من يقضى عطلة سائحاً داخل وطنه. ويشمل بالاضافة إلى أولئك الأشخاص من هم من الواضح تماماً أنهم سياح. رجال الأعمال يسافرون للخارج في مهمة عمل - وكذلك الطلاب حيث يقيمون بالخارج فترة من الزمن. ولكن لا يشمل التعريف من يقومون بنزهات ليوم أو الموظفين العسكريين ممن منر عملهم في دول أجنبية. فيتبين أن العامل المبرر لفترة مؤقتة لا يدرج في عداد السائحين. وبينما التعريف السابق متفق عليه منطقياً ككل الاتفاق.

إلا أنه يجب أن نقرر أن تعريفات بند السائح بين مختلف الدول تعريفات متنوعة، ولهذا يعنى أن هناك قصوراً في المعلومات المستقاة والتي يتسنى المرء أن يستخدمها لأغراض التحليل.

ويرى المؤلف ضرورة عرض التطور التاريخى لتعريف السائح للوقوف على طبيعة هذا التعريف. وفيما يلي التطورات التي مر بها تعريف السائح (١).

### - لجنة الخبراء الاحصائيين التابعة لعصبة الأمم ١٩٣٧

The Committee of Statistical Experts of the League of Nations.

### أوصت هذه اللجنة بالتعاريف التالية لاصطلاح سائح :

لجعل الاحصائيات السياحية الدولية أكثر مناسبة فإن اصطلاح سائح المقصود به كمبدأ عام أى شخص يسافر لفترة من ٢٤ ساعة أو أكثر إلى دولة أخرى غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة، وقد قررت اللجنة اعتبار الاشخاص المسافرين للاغراض التالية سياحا :

١ - للمتعة أو لأسباب خاصة أو للعلاج ..... الخ .

٢ - فى مؤتمرات أو الممثلين لأى غرض (علمياً - ادارياً - سياسياً - دينياً - رياضياً).

٣ - لأغراض العمل.

٤ - فى رحلة بحرية حتى ولو أقاموا أقل من ٢٤ ساعة ويعتبر هؤلاء مجموعة منفصلة، بصرف النظر عن مكان إقامتهم.

كما قررت اللجنة عدم اعتبار الاشخاص التاليين سياحياً :

١ - الواصلون بعقد أو بدون عقد لشغل وظيفة أو الالتحاق بأى عمل.

٢ - الواصلون للإقامة الدائمة.

٣ - الطلبة والشباب فى بيوت الإقامة بالأجر أو فى المدارس الداخلية.

٤ - المقيمون في منطقة مجاورة للحدود والاشخاص الذين يستوطنون في دولة ما ويعملون في دولة أخرى مجاورة لها.

٥ - المسافرون الذين يبرون بدولة ما بدون توقف حتى ولو أخذت الرحلة أكثر من ٢٤ ساعة.

### - اليوتو : I.U.O.T.O.

وافق اليوتر علي تعريف لجنة الخبراء الاحصائيين التابعة لعصبة الأمم السابق غير أنه أوصى بالتعديلات الآتية وذلك بعد اجتماعاته في برلين ١٩٥٠ ولندن عام ١٩٥٧ :

١ - اعتبار الطلبة والشباب المتيسين بالخارج في بيوت الإقامة بالأجر أو في مدارس داخلية كسياح.

١. عابر transit (ب) قضاء أجازة holiday (ج) التعليم Education (مدرسون زائرون، طلاب آخرون). (د) للعمل Business (هـ) زائرون آخرون.

٤. مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر، ١٩٥٤

The U.N. Convention Concerning customs Facilities For Touring 1954

عرف هذا المؤتمر السائح على أنه:

« أى شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة دولة طرف في اتفاقية Contracting State غير الدولة التي أعتاد الإقامة فيها، ويبقى هناك لفترة لا تقل عن ٢٤ ساعة، ولا تزيد عن ستة شهور، وذلك في خلال ١٢ شهرا، وذلك لأغراض مشروعة غير الهجرة مثل السفر، الترفيه، الرياضة، الصحة، أسباب عائلية، الدراسة، الحج أو زيارة الأماكن المقدسة أو الأعمال.

٥. مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين، روما ١٩٦٣

The U.N. Conference on International Travel and Tourism, Rome 1963

نظر مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين الى عقد في روما عام ١٩٦٣ إلى تعريف أعده اليوتر وأوصى بدراسته بواسطة اللجنة الأحصائية للأمم المتحدة واليوتو. ولقد وافق المؤتمر أولا على تعريف شامل لاصطلاح، زائر، الذي يصف - لأغراض إحصائية - أى شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي أعتاد الإقامة فيها، لأى سبب غير السعى وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها. ويغطي هذا التعريف فئتين من الزائرين - السياح Tourists ومسافري الرحلات السريعة Excursionists وقد تم تعريف هاتين الفئتين على النحو التالي:

السياح Tourists وهم الزائرين المؤقتين الذين يقسمون علي الأقل لمدة ٢٤ ساعة في الدولة التي يزورونها ويمكن تقسيم الغرض من رحلتهم إلى الفئات التالية:

١. قضاء وقت الفراغ Leisure الترفيه، قضاء أجازة، الصحة، الدراسة، الدين والرياضة.

## ٢. الأغراض العائلية، بعثات - اجتماعات.

« مسافرو الرحلات السريعة Excursionists وهم الزائرون المؤقتين الذين يقيمون لمدة تقل عن ٢٤ ساعة في الدولة التي يزورونها (بما في ذلك المسافرون في رحلات بحرية cruises) .

« وينبغي ألا تشمل الإحصائيات المسافرين الذين لا يدخلون الدولة بالمعنى القانوني (المسافرون بالطائرة الذين لا يغادرون منطقة الترانزيت - بالمواني وغير ذلك من الحالات المماثلة) .

## ٦. اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة - لجنة الخبراء في الإحصائيات السياحية الدولية

١٩٦٧ .

the U.N. Statistical Commission Expert Group on International Travel Statistis 1967.

أوصت لجنة الخبراء Expert Group باستخدام تعريف « زائر » كما قرره مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين في روما ١٩٦٣ . ولم توصى لجنة الخبراء بتقسيم الزائرين Visitors إلى سياح Tourists ومسافري رحلات سريعة Excursionists ولكن في نطاق تعريف الزائرين يجب تمييز فئة منفصلة منهم يطلق عليها الزائرون ليرم visitors day أو مسافرا رحلات سريعة وتضم هذه المجموعة الفرعية زائرين في رحلات ليوم وغيرهم من عابري الحدود لأغراض غير العمل، المسافرين في رحلات بحرية والزائرين العابرين الذين لا يقضون الليل في مكان للإقامة داخل الدولة - و الصفة المميزة للزائر اليومي the day Visitor أو مسافر الرحلة السريعة Excursionist هي أنه لا يقضي الليل داخل الدولة.

## ٧. اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة ١٩٦٨ The U.N. Statistical Commission

وافقت هذه اللجنة على تعريف اصطلاح زائر Visitor الذي أوصى به مؤتمر الأمم المتحدة في روما ١٩٦٣ ، ورأت أن الدول ينبغي أن تقرر كل منها علي حدة ما إذا كانت تستخدم اصطلاح زائر ليوم day Visitor أو مسافر رحلات سريعة excursionist ويصرف النظر عن ذلك، فقد أعلنت اللجنة أنه بالنسبة لمعظم الدول من الجوهرى أن هذا القسم مهما كان أي الأصطلاحين مستخدما ينبغي تمييزه أو التفريق بينه وبين الزائرين الذين يقضون الليل في أي مكان للإقامة داخل الدولة.

## ٨. التعريفات المستخدمة:

### أولا : اصطلاح زائر Visitor

يستخدم اصطلاح زائر في الإحصائيات السياحية التي تتفق مع تعريف « زائر » الذي أوصى به مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين في روما ١٩٦٣ . وبصفة عامة فإن

احصائيات الواصلين تشمل كافة الزائرين سواء الذين يقيمون لمدة ٢٤ ساعة أو غير ذلك.

### ثانياً: اصطلاح سائح Tourist

يستخدم هذا الاصطلاح فى تجميع الاحصائيات السياحية الدولية التى تتفق بدرجة كبيرة جدا مع تعريف السائح الذى اوصى به مؤتمر لأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين فى روما ١٩٦٣ . وصنفه عامة فإن احصائيات السائح الواصلين تشمل فقط أولئك الزائرين يمكثون لمدة أطول من ٢٤ ساعة أو هؤلاء الذين يقضون الليل فى مكان للإقامة فى الدولة (وعلى هذا يستبعد من هذا التعريف مسافرو الرحلات السريعة)

### ثالثاً : اصطلاح مسافر الرحلة السريعة Excursionist

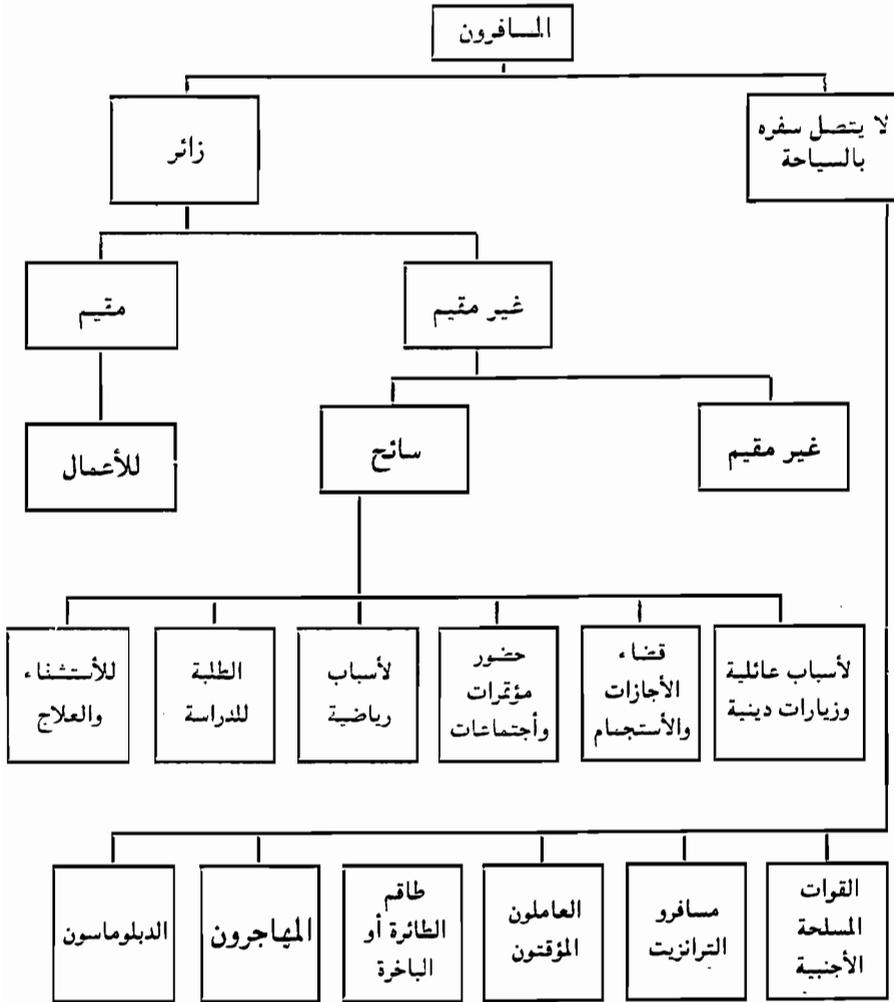
ينطبق هذا الاصطلاح على الواصلين إلى دولة ما للإقامة لمدة أقل من ٢٤ ساعة، أو أولئك الذين لا يبيتون فى مكان للإقامة فى الدولة التى يزورونها.

### رابعاً: المسافرين فى رحلات بحرية Cruise Passengers

وهم أولئك الزائرين لدولة ما الذين يصلون ويرحلون على نفس الباخرة ويستخدمون هذه الباخرة للإقامة أو كمكان للنوم خلال مدة بقائهم ولا يدرج المسافرون فى رحلات بحرية فى احصائيات الواصلين كلما أمكن ذلك.

وأن كانت هذه التعريفات تبدو واسعة إلى أن نظرة إلى الرسم لتالى تبين الفارق بين السائح وغير السائح الشكل رقم (٢٨).

الشكل رقم (٢٨)  
الفرق بين السائح وغير السائح



المصدر : ملحق الأبحاث السياحية العربية - اقتصاديات السياحة

الهيئة السياحية - جامعة الدول العربية ص ١٨

٢ - عدم اعتبار مافرى الرحلة السريعة Excursionists أو المسافرون العابرون Tran-  
sit Travellers كسياح.

وقد اتفق على تعريف هذه الاصطلاحات كما يلي:

واصطلاح مافر الرحلة السريعة Excursionist المقصود به كسبداً عام أى شخص يسافر إلى دولة لا يتم فيها بصفة مستمرة من أجل المتعة لفترة تقل عن ٢٤ ساعة ولا يقوم بأى نشاط يحقق من ورائه ربحاً.

« أما اصطلاح عابر Transit traveller فالتصود به أساساً أى شخص يسافر إلى دولة ما خلال فترة عن ٢٤ ساعة، بشرط أن أى وقفات يقوم بها الشخص تكون لفترة قصيرة ولأغراض أخرى غير السياحة.»

- اللجنة الأحصائية للأمم المتحدة ١٩٥٣ The U.N. Statistical Commission

عرفت هذه اللجنة الزائرين على أنهم :

« غير متيسين الذين يتصدون البقاء لفترة سنة أو أقل بدون مزاولة مهنة يعيشون فيها فى الدولة (وشمل ذلك تابعيتهم) ». وقد اوصت هذه اللجنة بتقسيم هذه الفئة وفقاً للغرض من الزيارة وذلك على النحو التالى :

### ثانياً : الحصر السياحي وأهميته

ذكر (ماك إيرين) Mc Ewen أن كل السياح الدوليين يقومون تقريباً بثلاث أفعال بوجه عام

١ - يعبرون الحدود.

٢ - يتبادلون العملات.

٣ - يتقنون أوقات فراغهم خارج بلادهم.

فإن هذه الافعال صورة من صور سد الحاجات. ومن الممكن استخدام هذه الأفعال كناهج إحصائية للسياحة الدولية. حيث توجد عدة نظم لجمع وحصر بيانات النشاط السياحي وتتوقف أهمية وكفاءة كل منها على حجم النشاط السياحي وكفاءة الأجهزة التى تقوم بتجميعها.

١ - بطاقات الوصول والمغادرة :

وتستخدم هذه البطاقات فى منافذ الدخول إلى الدولة عند الوصول والمغادرة وتوصى المنظمة العالمية للسياحة أن تتضمن البطاقات أسئلة حول النقاط التالية :

- بلد الإقامة المعتاد . الجنسية .

- غرض الزيارة.

- تاريخ الوصول والمغادرة لكى يمكن حصر عدد الليالى السياحية.

- وسيلة السفر.

## ٢ - بيانات التسجيل لدى منشآت الإقامة :

ويحدث ذلك عند قيام النزيل بتسجيل بياناته فى بطاقة، توصى المنظمة العالمية للسياحة بما يلي :

- ان يشمل التسجيل كافة منشآت الإقامة (فنادق - موتيلات - منتجعات سياحية - المخيمات - الشقق ... إلخ).
- تصنيف، أماكن الإقامة
- \* الفنادق والمنشآت المشابهة.
- \* أماكن الإقامة التكميلية مثل المخيمات - والشقق والفيلات - وكافة الأماكن التى تستقبل السائحين على اختلاف أغراض السفر.

## ٣ :- بيانات المؤسسات الأخرى التى تهتم العمل السياحى :

- حركة الطيران المدنى موزعه حسب المطارات.
- إحصاءات حركة النقل الداخلى.
- بيانات وزارة التعليم وخاصة بالنسبة للمعاهد السياحية والفندقية.
- البيانات التى يصدرها البنك المركزى حول الإيرادات السياحية.
- بيانات المؤسسات الفندقية وكافة أماكن الإقامة السياحية (الطاقة - غرف - أسرة - تشغيل - إيرادات ..)

## ٤ - بحوث ودراسات ميدانية :

،من المفضل إجراء هذه الدراسات والإستقصاءات عند رحيل السائحين بواسطة باحثين مدربين على توجيه الأسئلة وتدوين البيانات.

تصنيف البيانات الإحصائية :

توصى المنظمة العالمية للسياحة بضرورة جمع البيانات الآتية :

## ١ - عدد الزائرين : (عدد الزيارات) Arrivals or Visits.

- وفقاً لبلد الإقامة الدائمة.

- الشهر.

- وسيلة النقل.

- غرض الزيارات (أجازة - ترويح - صحة - عائلية - دراسة - رياضة - أعمال - مؤتمرات .. إلخ).

## ٢ - الليالى السياحية :

- وفقاً لبلد الإقامة الدائمة (أو الجنسية).

- الشهر.

- نوع الإقامة المستخدمة.

- موقع الإقامة.

٣ - المتحصلات من السائحين الأجانب :

- أن تشمل كافة أنواع السائحين.

- المتحصلات بدون تكاليف النقل.

- إمكان توزيع الإنفاق السياحي حول المجالات الآتية :

\* الإقامة \* الشراء

\* الأغطية \* الترفيه

\* النقل الداخلى \* أخرى

\* الزيارات

٤ - متوسط الإقامة : Average length of Stay

\* عدد الأيام التي يتم قضاؤها في البلد.

\* ليالى الإقامة في المنشآت الفندقية.

٥ - معدلات التشغيل :

\* وفقاً للغرفة.

\* وفقاً للسرير.

تصنيفات أخرى للزائرين :

أ - وفقاً للجنس

ب - حسب السن (- ٥ - ١٤) (١٥ - ٢٤) (٢٥ - ٤٤) (٤٥ - ٦٤) (٦٥ - فأكثر).

ج - حسب المهنة.

والسؤال الذي يثار هنا بطبيعة الحال هو : ما أهمية الحصر السياحي ؟

فليس منيبدأ فحسب أن تعرف أعداد السياح الوافدين، خاصة بالنسبة لعدد السنين اللاحقة، الذي سيوضح ما إذا كانت تجارة السياحة في بلد معين، أخذه في النمو أو راكدة أو متدهورة. فان أهمية الحصر السياحي في معرفة طريقة الوصول، وطول مدة الإقامة، وأسلوب ونوع سد الحاجات، ووسائل الترفيه التي يرغبها السائح، ومقدار الإنفاق، وأسلوب ونوع وطرق الانتقال، والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للسائحين. فهي كلها ليا أهميتها بالنسبة للتخطيط السياحي.

يتطلب التخطيط السياحي وأعمال التنمية وتنفيذ المشروعات تدفقاً مستمراً للمعلومات ... ووفقاً لمدى دقة هذه المعلومات تتحدد قدرة الأدوات التخطيطية وتتضائل التكاليف

المتعلقة بالحصول على المعلومات اللازمة أمام الخسائر والأخطار الجسيمة التي يمكن أن تتحقق من التخطيط والقرارات العشوائية. (١٨)

والسؤال هنا، ما هي مصادر الاحصائيات والبيانات السياحية المطلوبة في العمل السياحي. ؟

أن مصادر البيانات الاحصائية السياحية هي: (١٠)

\* الجباز السياحي الرسمي.

\* الاجهزة الاخرى التي تتصل بالياحة.

\* المطبوعات المحلية والدولية.

\* الدراسات والتقارير والنشرات والمذكرات المختلفة.

وبمعرفة مصادر البيانات الاحصائية السياحية يمكن أن تحدده على ضوءها البيانات

المطلوبة في العمل السياحي وهي على النحو التالي :

\* دراسة السوق السياحي المصدر : الهيكل السكاني . مستوى الدخل . الوضع

الاقتصادي . الوضع السياسي . الوضع الاجتماعي . احتمالات الجذب . المنافسة .

\* بيانات السوق المستقبلية : العرض السياحي . الطلب السياحي . الامكانيات المتاحة .

الامكانيات المستقبلية . المواطنون المسافرون إلى الخارج بغرض الياحة .

\* بيانات عن السياحة الدولية : مجموع الزيارات . قيمة الإيرادات السياحية . الليالي

السياحية . اتجاهات السياحة الدولية .

\* بيانات عن السياحة إلى مصر : التأثيرات السياحية وقبحتها . وسيلة الحضور .

اجراءات الدخول . وسيلة الانتقال داخليا . طاقة الاقامة . الغرض من الحضور . المهنة . السن

المحال العامة . محال العاديات . مستوى الاسعار السياحية . الخدمات والتسهيلات

الأخرى .

\* بيانات عن السياحة الداخلية : التركيبة السكانية . مستوى المعيشة . وقت الفراغ . مدة

الاجازة . البيئة الاجتماعية . وسائل النقل . البنية الاساسية . طاقة الاقامة . الأمن . حجم الاسرة .

\* بيانات عن الاستثمارات السياحية : القائمة . تحت التنفيذ . قيمة الاستثمارات . العائد .

الدخول . الأبدى العاملة . الاثر الاقتصادي . النوعيات . الموقع .

\* بيانات عن شركات السياحة : النوعية . السائحين . الخدمات . جنيات السائحين . أماكن

الزيارات . برامج الزيارة . مستويات الأسعار . رأس المال . نوعياته . الميزانية . الأرباح والخسائر .

\* بيانات فندقية وطاقة الاقامة : العدد . النوعية . الموقع . النزلاء . الليالي السياحية .

الجنسيات . المصروفات حسب نوعياتها . الإيرادات حسب مصادرها . مستويات الأسعار

للمبيت والمأكولات والمشروبات . معدلات استهلاك السلع والخدمات الموسمية . الاستثمارات

الميزانيات . حساب الأرباح والخسائر . الاشغال .

- \* بيانات عن المحال العامة السياحية : العدد . النوعية . الموقع . الاستثمارات . المساحة . المقاعد . الموائد . السعة . المصروفات . الايرادات . الموسية . مستويات الاسعار .
- \* بيانات عن مجال بيع العاديات : العدد . الاستثمارات . الموقع . مستويات الاسعار . نوعيات السلع . اعداد المترددين . الايرادات . المصروفات .
- \* بيانات عن أندية القمار : اعداد المترددين . الجنسيات . الايرادات . المصروفات . ارقام ومبالغ اللعب .
- \* بيانات عن المصنفات الفنية : أنواعها . المصروفات . الايرادات . المترددون عليها . الجنسيات .
- \* بيانات عن شكاوي الزائرين : نوعيتها . الجنسيات . التكرارات . الحلول .
- \* بيانات عن التدريب السياحي : خارجى . داخلى . نوعيات . منح . الدول المانحة . الدول التى تم بياا التدريب . الاعداد المدربة . السن . مكان العمل . اللغة .
- \* بيانات عن المكاتب السياحية : الاسواق . الميزانية . العدد . الانشطة . النظراء من المنافين .
- \* بيانات عن المستهدف تحقيقه : اعداد . جنسيات . ليالي سياحية . متوسط مدة اقامة . نوعيات الزائرين .
- \* بيانات عن الميزانية السياحية : قسيتها . توزيعاتها .
- \* بيانات عن الانجازات السياحية في المناطق السياحية : مرافق . وسائل اتصال . النقل . الاقامة . المدة التى استغرقتها . التكلفة .
- \* بيانات عن المتاحف : عدد . زائرون . نوعياتهم . الايرادات . وقت الذروة .
- \* بيانات عن الصوت والضوء : زائرون . جنسيات . وقت الذروة .
- \* بيانات عن نشاط الشرطة : السياحة . الاداب . المرور . المطاعم المائية . الاثار .
- \* بيانات عن السياحة النيلية : عدد الوحدات . نوعيتها . مواصفاتها . سعتها . طاقمها . الاهوسة . القناطر . الارتفاعات المسموح بها . مجرى النيل . العمق .
- \* بيانات عن وسائل النقل المختلفة : الوحدات . الطرق . المسافات . الطاقة . السرعة . المواقع التى تصل بينها . الاشغال .
- \* بيانات بالمطبوعات الدولية والمحلية : موضوعاتها . جية الاصدار . التاريخ .
- \* بيانات بالمؤتمرات والاتفاقيات السياحية : نوعياتها . مواصفاتها . ماتم منها . مشروعاتها المستقبلية .
- \* بيانات عن دراسات الخبراء : التاريخ . الموضوع . مدى الاستفادة منها .

هذه هى أهم البيانات الواجب توافرها في احصاءات السياحة، حتى يتسنى استنباط معدلات

الاداء وتطويرها ، وأذكر منها على سبيل المثال :

- \* معدل نحو السياحة
- \* معدل المكون الاجنبى
- \* معدل زيادة مكان الآثار
- \* نقطة التعادل
- \* معدل الاستغلال
- \* معدل استهلاك المأكولات
- \* معدل الربحية
- \* معدل الاهلاك
- \* والمشروعات بالمخازن
- \* معدلات بيع بنود المبيعات
- \* معدل الأداء
- \* معدل الوحدة زائر.
- \* سنة التعادل
- \* معدل الوحدة/ عامل

ولايقتنا فى هذا المجال أن نقول بأن مصداقية الاحصاءات السياحية تعتمد، إلى حد كبير، على طبيعة المصدر، واجراءات جمع المفردات، ثم تشغيلها، ثم عرض البيانات، بالإضافة الى اهمية السياحة ودورها فى الاقتصاد القومى.

ولما كانت احصاءات السياحة تتناول حجم الحركة السياحية وما يتصل بها من خدمات ومرافق، فإن الاهتمام بدراسة ميزان المدفوعات، وعمل التوقعات السياحية، واستخدام أسلوب العينة، يقتضى هذا كله منا أن تكون التفاصيل مناسبة المتابعة احتياجات الدولة من السياحة.

## ثالثاً : مدخلات التخطيط السياحي

يتضح أن التخطيط السليم يتطلب دراسات عميقة (اقتصادية - إحصائية - اجتماعية) وقد يتطلب الأمر الاستعانة بتجارب وخبرات الآخرين. يمر التخطيط عبر مراحل ثلاث تمثل ثلاث تساؤلات وهي :-

\* ما هو الوضع الحالي ؟

\* ما هو الوضع المستهدف ؟

\* كيف يمكن الانتقال من الوضع الحالي الي الوضع المستهدف ؟

**أولاً : ما هو الوضع الحالي ؟**

للإجابة على هذا التساؤل، يتضح أن التخطيط السليم يتطلب تحديد هدف واقعي يستلزم معرفة الآتى :

\* تحليل العرض (الحالي والمستقبلي)

كما يتطلب أيضاً الاحاطة بظروف العرض السياحي الحالي والمستقبلي ومدى ملامته للطلب السياحي الكلي للتعرف على الأغراض السياحية.

\* تحليل الطلب (الحالي والمستقبلي)

دراسة دقيقة للطلب السياحي العالمي ومكوناته واتجاهاته وكذلك الطلب السياحي الداخلي واحتمالاته الأكيدة.

\* التطورات المستقبلية المتوقعة

فمن المعروف أن هناك دوافع عديدة للسفر والسياحة، فلا بد من معرفة اتجاهات السفر في الدول المصدرة للسائحين، والتعايش مع التقدم العلمي الذي يساهم في تطوير السياحة، ومعرفة مقدار التكامل في صناعة السياحة، والاتجاهات البيئية والاستيعابية.

\* مخزون الموارد

أن معرفة مخزون الموارد الطبيعية هام عند التخطيط فهي ذات صلة قوية بصناعة السياحة

\* تحليل مواطن القوة والضعف.

أن معرفة الموارد السياحية ونقاط القوة والضعف هام عند اعداد التخطيط السياحي.

### تحليل الطلب السياحي الحالي/المستقبل

الطلب السياحي - هو المد الخارج من السوق السياحي - فالطلب السياحي مزيج مركب من عدة عناصر متباينة بل وقد تكون متناقضة أحياناً، وهذه العناصر هي الرغبات - الحاجات - الأذواق - التوقعات - المستحسنان - المستبجنات.

وقد أتبع العديد من الدول المستقبلية للسائحين اتجاهات كميأ في قياس الطلب السياحي

الحالى والمستقبلى. ويتضمن هذا الإتجاه الكمى قياس حجم السياحة الدولية الحالية والمستقبلية إلى هذه الدول من عدد السائحين . عدد الليالى السياحية على مدار العام، وفى كل شهر من شهور السنة . وسيلة الإنتقال المستخدمة من أعداد السائحين، ونسب كل وسيلة إلى الأخرى . حجم الإيرادات السياحية الإجمالية فى العام، وحجمها فى كل شهر من شهور السنة، ثم أستخراج متوسط الأقامة لكل جنسية أو مجموعة من الجنسيات، وتحديد متوسط الإنفاق اليومى للسائح من كل جنسية أو مجموعة من الجنسيات، ومعرفة متوسط الإنفاق فى كل رحلة أن كان ممكن وعدد الليالى التى قضاها السائحين فى الفنادق، وعدد الليالى التى قضاها السائحين خارج هذه الفنادق والأماكن.

أن للطلب السياحى مجموعة من الخصائص (١١) اللازمة يمكن أن ندرجها فيما يلى: .:

المرونة	Elasticity
١	
الحساسية	Sensitivity
٢	
التوسع	Expansion
٣	
الموسمية	Seasonality
٤	

### ١ - مرونة الطلب السياحى

يعنى مرونة الطلب السياحى درجة استجابته للتغيرات الإقتصادية والمتغيرات الطارئة على التراكيب السعرية للخدمات السياحية فى الدولة المستتلة للسائحين.

فينشأ الطلب السياحى فى الأسواق التى تزد فيها ظروف أقتصادية مواتية. المثلة فى الأرتفاع المستمر فى الدخل، ومدد أجازات بمعدلات أكبر.

فإن دراسة درجة المرونة للطلب السياحى ذات أهمية للدول المستتلة للسياحة، فمعرفة عامل الإرتباط بين زيادة الأسعار وبين إنخفاض الطلب والعكس صحيح، يمكن الوصول إلى قياس درجة معرفة المرونة عن طريق معامل المرونة Elasticity Coefficient بين سعرين مختلفين على رسم بيانى للطلب.

$$\text{معامل المرونة} = \frac{\text{النسبة المئوية للزيادة فى الطلب}}{\text{النسبة المئوية لانخفاض السعر}}$$

ومن خلال أستقراء للطلب السياحى فى عدد من دول العالم السياحية تبين أنه لا يعنى أن أكثر الدول السياحية جذباً للطلب السياحى هى الدول الأرخص، فالسعر ليس هو العامل الوحيد والمؤثر على الطلب السياحى.

فإذا كانت أحد الدول المستتلة للسائحين قليلة المغربات لسياحية سواء كانت هذه المغربات طبيعية حبه أو غير حبه، أو مغربات أجتماعية، أو أصطناعية أو ليست معروفة معرفة كافية لدى جمهور السائحين. أو ظروفها الأيكولوجية سيئة من موقع أو بيئة غير نظيفة ... ألخ، فإن رخص أسعارها لن يكون مرغباً كافياً لقيام رحلة سياحية إليها.

## ٢ - حساسية الطلب السياحي

الطلب السياحي يتأثر بالتغيرات فى موضة\* السفر . فالدول التى يسودها أو يسود المنطقة الداخلية فيها قلاقل سياسية أو ثورات اجتماعية أو عدم استقرار اقتصادى يصعب أن تكون قبلة سياحية. بل وتؤثر مباشرة على الدول والمناطق المجاورة لها. وذلك منها تمتعت به من مغربات سياحية وخدمات وتسييلات ومهما أتصفت أسعار خدماتها بالرخس. فالمناح السياسى والأمنى والأقتصادى المستر هو دعامة من دعامات الطلب السياحي.

فإن وجود علاقات سياسية وتجارية وأقتصادية حسنة بين الدولة المستقبلة للسائحين والدولة المصدرة للسياحة هو عامل هام من عوامل أتساع قاعدة الطلب السياحي.

ويبين الجدول التالى أثر العلاقات السياسية فى عمليات الجذب السياحي وذلك بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية.

جدول رقم (١)

### أثر العلاقات السياسية على عدد السائحين الأمريكين لمصر

السنة	عدد السائحين من الولايات المتحدة بالآلف
١٩٦٦	٩٠
١٩٦٨	٣٠
١٩٨٤	٩٨١٢٢٨
١٩٨٥	١٠٠٧٤٤
١٩٨٧	١٠٢٦٠٣
١٩٨٨	١١٧١٤٤
١٩٩٥	١٥٤٨٥١
١٩٩٦	١٧٤٧٠٩

من الجدول السابق يتبين أن العلاقات السياسية تلعب دوراً فى أنتقال السائحين بين دول العالم. فعندما كانت العلاقات السياسية مقطوعة بين الولايات المتحدة ومصر عقب حرب عام ١٩٧٦ أنخفض عدد السائحين الأمريكين من حوالى (٩٠ ألف سائح) عام ١٩٦٦ إلى أقل من (٣٠ ألف سائح) عام ١٩٦٨. وفى الوقت ذاته عندما أستقر الوضع الأمنى بتوقيع أتفاقيات السلام وأعادة العلاقات الدبلوماسية بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية وتقدمت زاد عدد السائحين الأمريكية إلى مصر زيادة مطردة سنوياً حتى أصبح عدد السائحين (٩٨١٢٢٨ سائح) عام ١٩٨٤. وتشير الأحصاءات إلى أنه أرتفع عدد السائحين الأمريكين

\* الموضة هنا تعنى : أنها من خلق منظمى الرحلات الشاملة إلى حد بعيد. لذلك يجب العمل على توثيق العلاقات مع هؤلاء بوسائل شتى أهمها العلاقات العامة والتخطيط الجيد للبرامج الدعائية المشتركة.

لمصر حتى وصل عددهم (١٧٤٧٠٩ سائح) عام ١٩٩٦ وذلك رغم البعد الجغرافى لمصر عن الولايات المتحدة الأمريكية. ، ورغم زيادة الأسعار في مصر زيادة كبيرة فى السنوات الأخيرة.

### ٣ - التوسع في الطلب السياحي

يتجة الطلب لسياحى الدولى المستقبلى إلى التوسع لعدة أسباب نذكر منها على سبيل المثال:  
\* زيادة دخول الأفراد فى الدول المصدرة للسياحة.

\* زيادة حجم أوقات الفراغ وطول فترة الأجازات السنوية المدفوعة للأجر.

\* ثورة المعلومات، مما أدى لمعرفة أرجاء الدنيا للأفراد وأماكنيات الدول المستقبلية للسائحين.

\* التقدم التكنولوجى والعلمى أدى لمزيد من الأمان والراحة فى الرحلات.

\* الظروف الأيكولوجية (البيئة الطبيعية) لدول المصدرة للسائحين، حيث يتميز مناخها بالبرودة الشديدة والأمطار والثلوج مما يدعو إلى السفر فى مناطق أكثر دفئاً.

\* أماكنية السفر والترحال بأتباع الرحلات السياحية الشاملة.

رغم اتساع قاعدة الطلب السياحى. إلا أن الطلب السياحى لا يسير على وتيرة واحدة من عام لآخر بل تعثره بعض الذبذبات صعوداً وهبوطاً فى نسب الزيادة فى الطلب السياحى. وهذا يعود للظروف الدولية السياسية والأقتصادية والأجتماعية.

### ٤ - موسمية الطلب السياحي

الموسمية Seasonality ، تعنى أن أجيذة السياحة تعمل بصورة متكررة لجزء محدود فقط فى السنة . فيسود الطلب السياحى الدولى خصيعة الموسمية التى تؤثر على أجهاته وحجمه فى فترات الذروة وفترات الركود.

فالسياحة ليست الصناعة الوحيدة، أو النشاط الوحيد، الذى تضايقه الموسمية بل إنها لتعانى أكثر وأكثر من التغيرات الموسمية . وما يترتب على هذا الأستخدام الموسمى وهو توظف موسمى وهو مشكله خطيرة. إلا فى بعض المناطق التى تتميز بأكثر من موسم سياحى فمصر مثلاً فى فصل الشتاء تتمتع ببيئة طبيعية متميزة خاصة فى جنوب مصر حيث مدينة الأقصر وأسوان حيث آثار مصر الهامة، كما تتنوع بموسم صيفى معتدل حيث الأمتداد الشاطئى على طول سواحلها وما توفره من تسهيلات سياحية.

وأسباب الموسمية هى عوامل بيئية كمناخ ، العوامل الأجتتماعية المتشكلة فى مواعيد العطلات فى العمل أو العطلات المدرسية فى الصيف. فلقد قام أصحاب لنادق والمنتجعات، ومنظمو السفر والرحلات لسياحية بمحاولات، سواء بالنسبة لإطالة موسم تمضية الأجازات، أو للتخلص من الموسمية، خاصة بالدعاية لقضاء أجازات فى غير مواسمها فى فترات معينة، عن طريق تخفيض الأسعار لتشجيع السفر لقضاء الأجازات خارج فترة الذروة. فمثلاً فى أنجلترا قامت الحكومة على المستوى القومى والمحلى، وكذا الصناعة، قدمت مساعدتها، حيث تغيرت مواعيد أجازة البنوك من شهر أغسطس فى بداية أغسطس إلى نهايته، وعدلت الأجازات

فمشلاً، أدخل نظام أجازة ثلاثة أيام نياية الأسابيع، ومرة أخرى أدخلت أجازات أعياد الفن والموسيقى والمرح، الذى تنظمه البيئات المحلية جنباً إلى جنب، مع أحتفالات خاصة، أو مناسبات رياضية، أو مؤتمرات، أو مثل هذه الأساليب، للجدب مثل «الإضاءات» التى لجأت إليها بنجاح بعض المتجعات الأنجليزية، وقد ساعدت جميعها فى إطالة الموسم السياحى وبذلك يرتفع الطلب السياحى من الدول المصدرة للسائحين.

لذلك يجب دراسة هذه التراكيب الموسمية للطلب السياحى فى كل سوق سياحى حتى يمكن للدولة المستقبلية للسائحين أن تخطط تنسبها السياحة على أساس متوازن أو شبه متوازن خلال السنة خاصة وأن هذه التراكيب الموسمية قد تختلف من سوق سياحى إلى آخر.

## مكونات الطلب السياحى

يختلف الطلب السياحى إختلافاً بنائياً بين الدول من ثلاث نواحي: .

١ - حجم السياحة الداخلية.

٢ - حجم السياحة الأقليمية.

٣ - حجم السياحة من الدول البعيدة.

### ١ - حجم السياحة الداخلية

تشير الدراسات السياحة الدولية إلى أن نظرة الدول المتقدمة قد تطورت بالنسبة للسياحة الداخلية لتصبح خدمة ضرورية يجب على الدولة أن توفرها لمواطنيها فى حدود قدراتهم المالية المختلفة لما ليا من أثر بالغ على تقدم الصحة النسبية للجماهير وبالتالي تؤثر مباشرة على زيادة الإنتاجية.

لقد استطاعت الدول المتقدمة فى الماضى من أستنتاج البيانات فى تطوير شكل حركة السياحة للمواطنين. ولكن فى وقتنا الحاضر أصبحت هذه البيانات غير كافية لهذا الغرض. فالتغيرات الأساسية فى دوافع الأسفار وكذلك تطور سلوكيات الأفراد من الطلب السياحى أصبح له تأثير على شكل وخصائص السفر، وعلى وسائل النقل، وعلى نوع أماكن الإقامة، وأيضاً على تقسيمات الأنفاق السياحى. وبناء على ذلك فإن الطرق النمطية لجمع البيانات السياحية لا تساعد على أعداد التصور الأفضل والتفصيلى الكافى عن حركة السياحة الداخلية.

وقد أظهرت الدراسات التى أجراها خبراء المنظمة العالمية للسياحة (WTO) أن هناك إرتباطاً وثيقاً بين النمو المتوازن فى القطاع السياحى ككل والنمو فى السياحة الداخلية التى تمثل فى الدول المتقدمة بوجه عام بين ٧٥ - ٩٠٪ من حجم النشاط السياحى الكلى .. ويظهر ذلك فى نسب إشغال الفنادق وعدد المترددين على المحال العامة والمطاعم والمتاحف.

وتعود أهمية السياحة الداخلية فى أنها صمام أمن يساعد على أستقرار العمالة السياحية من ناحية ويزيد من فرص تحسين ورفع مستوى تشغيل المنشآت السياحية. كما يساعد على

خلق فرص عمل لمواطني جدد، كما تساعد على تثقيف المواطنين داخل الدولة بحسن استخدام أوقات فراغهم في النشاطات السياحية، كما تعمل على توعيتهم بأسلوب التعامل مع الأثر والأستخدام الأمثل للمواد السياحية، كما تزيد من الصلات والعلاقات بين أبناء الدولة الواحدة مما يساعد على خلق وعياً أكبر للمواطنين والمحافظة على العادات والتقاليد والتيم السائدة في المجتمع. كما تسح بأنشاء وتنمية خدمات وتسهيلات سياحية جديدة ومد شبكات المرافق العامة الأساسية إلى المناطق المحرومة من الخدمات والمناطق الجديدة.

حيث أكد إعلان مانيلا في سبتمبر/ أكتوبر ١٩٨٠ في المؤتمر السياحي الدولي الذي دعت إليه منظمة السياحة العالمية على الآثار الاجتماعية والأقتصادية للسياحة الداخلية في التنمية الوطنية بأعتبار أنها تساهم في توازن الأقتصاد القومي عن طريق إعادة توزيع الدخل القومي، وتزيد من الوعي بأهمية المصالح المشتركة للمواطنين، وتساعد على تنمية النشاط القطاعية المختلفة داخل حدود الدولة، كل ذلك يتفرع عن فكرة شاملة تسيطر على النشاط السياحي الداخلي وهي أنه تعبير للحق في الصحة النفسية والتثقيف بالتعرف علي معالم الوطن وأستخدام أوقات الفراغ والأجازات في الراحة الخلاقة ... مما يعود بالنفع على المواطنين بالتمتع المتكافي بالحقوق الواجبات وزيادة الأنتاجية نتيجة أرتفاع الروح المعنوية والقضاء على روتينية الحياة في المدينة الصاحب.

وقد أصبح من أهم المشاكل التي تواجه التنمية السياحية في الدول النامية هي مواجهة ضعف السياحة المحلية فإنخفاض مستوى الدخل الفردي في المجتمع يفسر إلى حد كبير علة ضيق السوق المحلي فكلما إنخفض مستوى الدخل الفردي كلما إزدادت نسبة ما ينفق منه على الضروريات وإنخفضت نسبة ما يخصص منه للإلتفات على الخدمات والكماليات. كما أن هناك مشكلة أخرى وهي محاولة تحقيق التعايش بين السياحة الدولية ومتطلباتها والسياحة المحلية... مما يجعل العمل السياحي رهينة للظروف السياسية والأقتصادية الخارجية.

وما يجب التنبيه إليه هو أن السياحة الداخلية تزدهر كلما أعترفت بها الدولة كحق للمواطنين في الراحة والأستمتاع بوقت فراغهم وأجازاتهم المدفوعة الأجر بما ينعكس إيجابياً على صحة المواطنين النفسية والجسمانية مما يدعم شعور المواطنين بالأنتماء ويكون دافع لهم لزيادة الأنتاج.

فمن الضروري أن تكون السياحة الداخلية أحد المكونات الرئيسية في خطة التنمية الاجتماعية والأقتصادية للدولة . والعمل على توسيع السياحة الداخلية وزيادة الطلب عليها بما يتضمنه ذلك من تنوع مناطق الأضطياف وكذلك المناطق الشتوية بمصر. مع توفير الأمن والأستقرار الأمني، والعمل على تشجيع الأستثمارات السياحية لمشروعات السياحة الداخلية، والعمل على رقابة أسعار الخدمات وجعلها في متناول، المواطنين، والعمل على تنشيط مناطق قضاء أوقات الفراغ عن طريق أجهزه الأعلام الجمعي.

وفي هذا الصدد جاء إعلان أكابولكو للسياحة العالمية في أغسطس ١٩٨٢ مؤكداً ذلك

بأنه يجب على كل دولة الاعتراف بالحق في الأجازات لكل مواطنيها ليس كحاجة تتم بالرفاهية ولكن كضرورة مطلقة، والنعل على إنشاء وخلق الظروف العملية المناسبة التي تكفل. أستمتع المواطنين بأجازاتهم على أن تتفق هذه الظروف العملية وتتناسب مع الأماكن الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة. حيث يتطلب ذلك إيجاد التدابير التشريعية والإدارية والمالية التي تكفل لمواطني الدولة الأستمتاع بالمزايا الاجتماعية والثقافية والسياسة الاقتصادية والبيئة للسياحة الداخلية.

## ٢ - حجم السياحة الإقليمية

من أهم أسباب تقدم وإنتعاش السياحة في العديد من الدول الأوربية هو كبر حجم النشاط السياحي المتدفق بين مجموعة الدول الأوربية. Intra-regional Traffic

فإن حجم النشاط السياحي في القارة الأوربية له بعض الخصائص المميزة للسياحة الإقليمية ، فالقارة الأوربية مزدهرة بالمكان ودولها ذات حدود متلاصقة تسح بسهولة الحركة بحيث يصعب التفرقة بين السياحة المحلية والسياحة الإقليمية ... لذلك نجد أن حجم السياحة الكلي بالنسبة للسياحة الأجنبية غير واضح المعالم.

ويستحوذ هذا التوجه الجديد في السياحة الإقليمية في الآونة الأخيرة، على اهتمام خاص عربياً وعالمياً، من خلال أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وخاصة في الحيتين الأخيرتين حيث أصبحت السياحة الإقليمية ظاهرة دولية متميزة .

فأتسع رقعة الوطن العربي الكبيرة، متوماته السياحة وأماكناته المتنوعة، تشكل وحدة سياحية متكاملة، تنقسم إلى وحدات تسويقية رئيسية، تتواكب ومنطق الأنجهاات السياحة الإقليمية الحديثة. فإن قرب المنطقة العربية من الأسواق المتقبلة للسياح أمر هام، فعلى وكالات السياحة والفروع وضع مشروعات تسويقية مشتركة ، يسئل بيعها سياحياً مع بقية الأقطار السياحة المجاورة والعمل على زيارة مجموعات بلدان بدلاً من زيارة بلد واحد.

وبدراسة الوضع السياحي بالنسبة لمصر نجد أن حجم السياحة الإقليمية المتثل في السائحين الوافدين من الدول المجاورة يمثل نسبة تصل إلى أقل من ٤٠ ٪ وتتناقص هذه النسبة مع تزايد حجم النشاط السياحي بالنسبة لمصر.

## ٣ - حجم السياحة من الدول البعيدة

تجتذب السياحة الدولية مزيداً من الأهتمام عن السياحة الداخلية، ويشكل هذا النوع من السياحة البعد الثالث للنشاط السياحي ويلاحظ إنه في كثير من الدول النامية ومنها مصر تعتمد بالدرجة الأولى على أسواق الدول البعيدة Long haul tourism نسبياً لأن الجانب الأكبر من السياحة الوافدة إليها لا يأتي من الدول المجاورة ولكن يأتي من مناطق بعيدة.

حيث قام ويليامز Williams وزيلنسكى Zelinsky بدراسة عن التحركات السياحية الدولية، وحاولا أن يضعوا تفسيراً لمثل هذه التحركات (١٢).

فالتدفق السياحي الدولي لا يحدث بشكل عشوائي، بل وفق أنماط توضح إستقراراً كبيراً من عام إلى آخر،، على الأقل لفترة قصيرة الأجل. فإن العلاقات بين الدول سوف تلعب دوراً في التدفق السياحي الدولي، فسيؤدي ذلك إلى تشجيع أو إعاقة حركات السياحة الدولية. وهناك عامل له مغزاه الجدير بالاعتبار، وهو العامل الاقتصادي، وهو تكاليف تمضية إجازة الدولة المتصودة، حيث يتطلب ذلك أن يتحمل السائح نفقات أكثر نسبياً في الانتقال وغالباً ما تكون الزيارات متضمنة لعدد من الدول وبالتالي يكون نصيب الدولة الواحد المستقبلية عدد أقل من الليالي السياحية في كل زيارة.

فالسائح الأمريكي مثلاً الذي يزور منطقة الشرق الأوسط لا يأتي إليها مباشرة، ولكنه قد يستنفذ جزءاً من مخصصات الرحلة أثناء مروره في أوروبا. يضاف إلى ذلك توزيع الجزء الباقي من وقت الرحلة ومخصصاتها بين دول المنطقة حتى يتمكن من الحصول على أكبر منفعة ممكنة من نفقات الانتقال التي تحملها والتي تمثل جانباً هاماً من التكلفة الإجمالية للرحلة.

وهناك بعد آخر حيث يمكن للمرء أن يشاهد تأثيراً واضحاً للدور الذي لعبته الأحداث العالمية خاصة مثل الألعاب الأولمبية، والأسواق العالمية، وما شاكلها، وهذه تؤدي إلى تدفق مؤقت للسياح. وفي الغالب بالرغم من أن مثل هذه الأحداث الدولية لا مناص منها، فإنها تشجع على أمتداد أجل الموسم السياحي في الدولة فالألعاب لأولمبية عام ١٩٦٤ - ١٩٦٨ في إيطاليا واليابان، لم تعجل فحسب بتدفق الزوار الأمريكيين إلى تلك الدول، بل يبدو أنها ولدت أمتداداً دائماً دائماً للعمل السياحي.

### الطلب السياحي وتنبؤات المستقبل

يتطلب الأسلوب العلمي الحديث في الأعمال تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي يمكن بواسطتها تكوين فكرة كافية عن نطاق العمل المطلوب إدارته، حيث تتضمن الدراسات التي يتم على أساسها التنبؤ المستقبلي للطلب السياحي كما هو واضح بالشكل رقم (٤) عاملين هما:

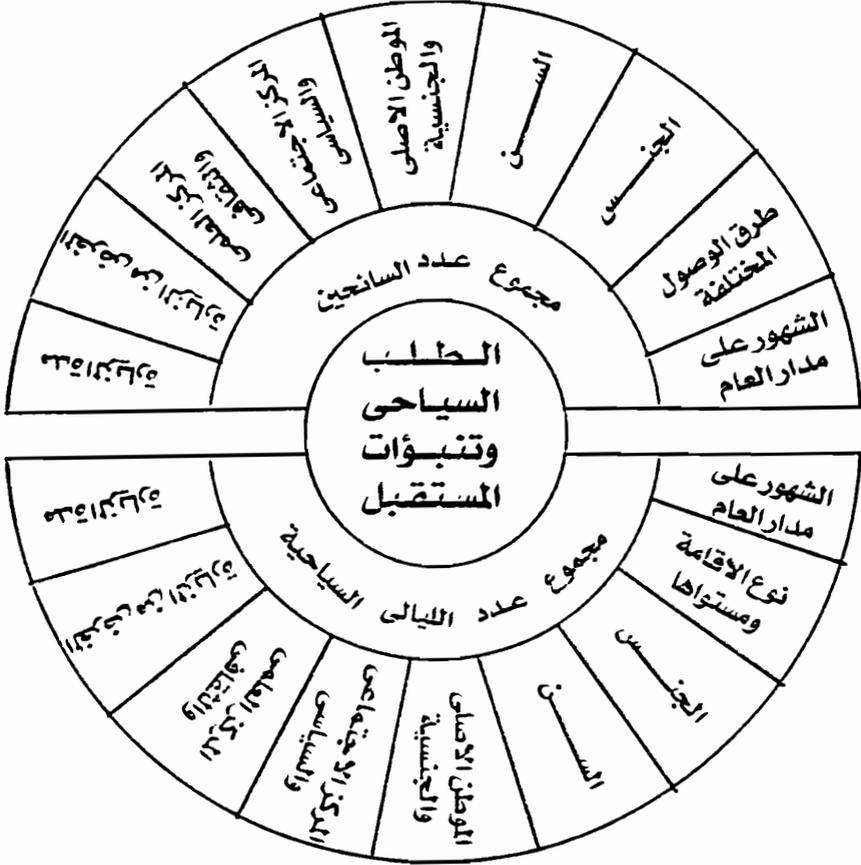
١ - مجموع عدد السائحين.

٢ - مجموع عدد الليالي السياحية.

من خلال هذه البيانات على مدار عدد من الأعوام، يمكن التنبؤ بحجم حركة السياحة إلى تلك الدولة وبناء على التنبؤ بحجم الحركة السياحية يمكن معرفة الاحتياجات المستقبلية للسياحة المتمثلة في (المياه - الكهرباء - شبكة التليفونات - الغاز الطبيعي - شبكة الطرق والنقل - حجم الطاقة الفندقية والأبوابية - طاقة أستيعاب المطارات - المطاعم - الملاهي ..... الخ). فتوضع الخطة السياحية على هدى من هذا التنبؤ .

الشكل رقم (٤)

الطلب السياحي وتنبؤات المستقبل



فإن هناك بعض الطرق التي تتبع لأختيار مدى صحة وكفاية البيانات والمعلومات التي يتم جمعها فمن هذه طرق. طريقة أحصاء ثيل Theil's U statistic. ونورد فيما يلي قائمة بالعناصر الرئيسية والمؤثرة بشكل مباشر في الطلب السياحي وهي :-

- \* حجم المواطنين في المناطق المصدرة.
- \* مستويات الدخل.
- \* مستويات التعليم.
- \* أذواق المستهلكين وأفضليات السفر.
- \* أوقات الفراغ ومدته، أسلوب التعامل مع أوقات الفراغ.

\* طرق توزيع الدخل.

\* تكاليف السفر.

\* العامل الأقتصادي والأجتماعى والمتمثل فى (الجنس . السن . الجن) فى السوق المصدر.

\* مستوى التحضر فى السوق المصدر.

\* الأسعار ومستوياتها فى الدول المستقبلية.

\* أسعار صرف العملات.

\* التسهيلات السياحية.

\* شبكة الأتصالات ومدى سرعة السفر.

هذه هى بعض مجموعة العناصر اللازمة لعملية التنبؤ. لذلك يجب أذخال كل تغيير ظراً فى الأعتبار والا أدى تخلف ذلك إلى خروج نتائج تنبؤية خاطئة.

### تحليل العرض السياحي الحالى / و المستقبلى

نقصد بالعرض السياحي الموارد السياحية ومدى إستغلالها فى تشكيل المنتج السياحي. حيث لا يفترض أن نبدأ عملية لتنمية السياحة فى أى دولة من فراغ وبدون دراسات تخطيطية على مستوى عال وفق قواعد علمية مدروسة بشكل سليم.

ولذلك فإن الدولة المستقبلية للسياحة يجب أن تبدأ أولاً بمجرد أو حصر جميع مقوماتها السياحية وتصنيفها ثم تقييمها وفق لمعايير موضوعية كنيّة وكية. أول الحقائق التى يجب التعرف عليها وصف وتحديد المنتج الحالى ، وهذا يتضمن حجم طاقة الأقامة والخدمات التى تقدم للسائحين مع حصر للموارد والمغريات الطبيعية والأثرية والتاريخية والحضارية والثقافية الأجتماعية والبيئة.

### حصر الموارد السياحية

بناء على ما تقدم يمكن تصنيف الموارد السياحية فى المستويين.

المستوى الأول : يعنى الموارد الطبيعية والثقافية الخاصة بالمنطقة.

المستوى الثانى: المغريات والأنشطة والتسهيلات التى تحتاج إليها لجذب وتلبية وإقامة السائح.

ولكل منطقة لها مزاياها الخاصة التى تعتبر الأساس الحقيقى للتنمية السياحية وليس هناك معيار محدد يمكن أستخدامة لقياس وتقدير هذه المعايير. ولكن معايير هذا التقييم له شقين:

١ - تقييم خصائص المورد السياحي لنظام تصنيف دولى كىفى كالموارد السياحية التى يصعب أخضاعها لأعتبارات التقييم الكمى (مثل موارد جذب فريده - وموارد فريدة لا تقارن

كالأهرامات فى مصر ، أو ما تسويشو فى بيرو ... ألخ).

٢ - تحديد مدى أستعداد الدولة لتطويع أمكانياتها السياحية أقتصادياً وأجتماعياً وحضارياً.

فإن هذه المعايير لا تتوقف على الظروف الطبيعية والبيئية التى يقع فى أطارها المورد السياحى، وإنما يجب أن تتضمن الأهمية القائمة للمورد السياحى فى علاقته بالمكان والزمان المطلوبين لامكان أستغلاله.

### أهداف الحصر السياحى

يهدف الحصر السياحى الشامل بشكل عام إلى :-

\* دراسة شاملة لكافة عناصر العرض السياحى والمقومات السياحية بالدولة.

\* تحديد مناطق التنمية السياحية ومواقعها وأحتياجاتها.

\* وضع المخطط التنموية لأستغلال المناطق المحددة وفق برامج زمنية محددة.

\* أعداد برامج جزئية لكل منطقة فى المناطق السياحية بشكل خاص. (١٣)

لا يعنى حصر السياحى مجرد سرد وذكر للموارد وإنما يتعين أن يتبع فيه الأسلوب العلمى للتصنيف، وكذلك لا يعنى التقييم للحصر السياحى رأى المخطط أو وجهة نظر مجردة فى القيمة الذاتية للمورد السياحى، وإنما يخضع التقييم لمعايير موضوعية يجب وضعها مبقاً حيث يقوم عليها الأختيار والترتيب والتقييم.

وحصر الموارد يحتاج إلى جياز متخصص يتولى ترتيب البيانات والمعلومات والتنسيق بينها وتحليلها وقد تسهم إدرات وهيئات متعددة فى عمليات جمع المعلومات والبيانات ومتابعتها وفقاً لأساليب مختلفة، ولكن يلزم أن يتم تنسيق الأدوار بين عناصر شبكة المعلومات أولاً؛ بالنسبة للحصول على البيانات التى نحتاج إليها وتلك التى يمكن الإستفادة بها فى إعداد برامج وخطط التنمية السياحية ثانياً؛ أن تصب كافة المعلومات فى وحدة مجمعة - مركز معلومات - يكون على إتصال وثيق بكافة الفروع.

وتحديد الجهة أو النطاق الجغرافى لعملية حصر الموارد يتوقف على التصور الممكن للمنتج السياحى الذى يبحث عنه السائحون وهو فى الغالب مجموعة من الأماكن أو المدن أو الرحلات (Travel Circuits) السياحية التى يرغب السائحون القيام بها أو الحصول عليها.

### مشكلات الحصر وتقييم الموارد السياحية

يتصور البعض أن حصر الموارد السياحية حصراً ميدانياً أمر غير لازم وأنه ليست له ألا قيمته أكاديمية. فالتنمية السياحية تقوم على الآتى :-

\* التعرف على ما هو متوفر من موارد سياحية.

\* القيمة الموضوعية لكل مورد من هذه الموارد.

ولتقييم الجاذبية السياحية لايد من أيجاد عامل مشترك يتحدد فى ضوءه قوة الجذب لكل مورد بقطع النظر عن طبيعته وخصائصه.

وتقييم الموارد وتحديد درجة إستغلالها يسبب فى إعداد خطة التسويق حيث أن كل جانب منها يعتبر من أحد مكونات المنتج السياحى وفى الوقت نفسه أساساً لصياغة حملات الدعاية وإعداد المطبوعات السياحية فضلاً عن الأدوار التى ستقوم بيا كافة الجهات المعنية بالعمل السياحى.

وعلى ذلك يتعين البدء بحصر حقيقى للموارد السياحية بكاملها شاملة المناخ والمغريات السياحية (الطبيعية - الأجتاعية - الأضطناعية) إلا أن عاملى الوقت والتكلفة قد يؤديان إلى صعوبة إجراء هذا النوع من الحصر . ولذلك فقد جرت العادة إلى إجراء هذا الحصر بأسلوب ميدانى للأهم الموارد السياحية وأستكماله بالأسلوب المكتبى بالنسبة لبقية الموارد .

### مععمل مرونة العرض السياحى

والمقصود بذلك هو تقييم معامل مرونة العرض لكل مورد سياحى أى مدى إتاحة المورد السياحى لتحقيق رضاء ورغبة وتفضيل السائحىن الأجانب . وقد تم تقييم هذه الإتاحة للسياحة على أساس بعض الخصائص والمتطلبات الأساسية التى يلزم توفرها لجميع عناصر الجذب السياحية بقطع النظر عن طبيعتها ووظيفتها . ويمكن أقتراح بعض معايير تلزم فى هذا الشأن:

- ١ - الموسمية : وهى الفترة التى يمكن أن يتم فيها العمل السياحى .
- ٢ - سهولة الوصول : فمناطق الجذب السياحى ، أيا كان نوعها ، قد تكون قليلة القيمة لو كانت مواقعها لا يسهل الوصول إليها بوسائل النقل العادية . فالعزلة الطبيعية وقصور تسييرات النقل ، هى معوقات للسياحة .
- ٣ - الطاقة الأستيعابية: مدى قدرة المنطقة على تحمل المد للتيار السياحى المتدفق .
- ٤ - مدى أهمية تميز الموقع وأهميته: مدى أهمية الموقع وتقييمه بالنسبة للمواقع الأخرى .
- ٥ - الشهرة العالمية أو المحلية: وهى درجة السعة التى حصل عليها عنصر الجذب السياحى بين السائحىن .

ثم يجب تقييم هذه المعايير على سلم الترتيب المعيارى الكيفى « ممتاز - جيد - متوسط - ضعيف » على أساس دراسة مسح قومية . ويوجه هذا المسح هذه المرة إلى من يمكن تسميتهم « بالمؤثرين فى المجتمع » Ommunity Influentials مثل السلطات المحلية والأجهزة السياحية المتفرعة عنها وقطاع الأعمال السياحى والجامعات والجمعيات والاتحادات المهنية والعلمية السياحية وغير ذلك من الجهات المهتمة بالتنمية السياحية بطريق مباشر أو غير مباشر . ولا شك أن اتجاهات ورغبات هؤلاء المؤثرين فى المجتمع تعتبر العوامل الرئيسية التى تحدد مالأً نوعية أستخدم المورد السياحى أكثر من نتائج البحث العلمى أو التخطيط المرسى .

ويعتبر ذلك نوعاً من أنواع تعبئة الرأى العام المحلى بأستطلاع أى مئات بل آلاف من الجهات والأفراد والخبراء داخل الدولة . ولذلك يحسن أن ترسل أستمارة أستقصاء تستخرج بالكمبيوتر تضم قائمة الموارد السياحية التى تدخل فى مجال أهتمام أو الأقليم الموجه إليه

الاستمارة فى حدود ضيقة و يطلب فيها إجراء التقييم على ضوء المعايير السابق الإشارة إليها.

والذى يتم هو أن تكون نسبة الردود على الاستمارة عالية حتى يكون هناك معدل سبعة إلى عشرة ردود بالنسبة لكل مورد سىاحى لكى يمكن استبعاد أو تخفيض نسبة الميل الشخصى المؤس على تفضيل مبدى أو الشعور بالفخر المحلى الذى يجب استبعاده نتيجة طلب التقييم من خبراء لا ينتمون ولا يقيمون فى الأقليم الذى يقع فيه المورد السىاحى.

ويجب بعد ذلك وضع قيم عددية «من ١ - ١٠» للتقييم الكيفى أو الوصفى الذى تم وذلك على أساس اعتبارات الوزن النسبى المعطاة لكل قيمة أو وصف مبدى بناء على عبة تمثل ١٠٪ من عدد الأجابات وعلى هذا الأساس يتم تقييم جميع الموارد بأعتبار مستواها السىاحى أستاذاً إلى قائمة من القيم العددية الثلاثة أو المتتة. (١٤)

## مكونات العرض السياحي (٩)

نقصد بالعرض السياحي الموارد السياحية ومدى إستغلالها فى تشكيل المنتج السياحي .. فتواجد لون واحد أو عدد محدود من المغريات المستغلة يؤدى إلى ضيق نطاق الطلب المرتقب .. وتواجه الدول النامية بوجه عام مشكلة ضعف ومحدودية إستغلال الموارد السياحية حيث يتوقف النشاط السياحي بها على الزيارات والتاريخية والثقافية (١٥) .. ويجعلها غير قادرة على إستحواز جانباً عادلاً من الحركة السياحية العالمية.

ويمكن قياس الوضع البنائى للعرض السياحي من وقاع المعايير التالية: .

### ١ - درجة تكامل الخدمات بالمناطق

- التوافق مع تركيب الطلب السياحي من حيث المستوى الإقتصادي والإجتماعى والثقافى
- تنوع أساليب الإقامة من حيث الدرجة والنوع.
- توفر عناصر الراحة والإستجمام والترفيه.

ويلاحظ أن المناطق السياحية فى كثير من البلاد النامية تشكو من عدم تكامل الخدمات بها وخلوها من عناصر الجذب التى تدعو إلى إطالة مدة الإقامة .. وفى مثل هذه المناطق يعتبر الفندق هو المكان الرئيسى بالمنطقة الذى يقضى فيه السائح الجانب الأكبر من وقت الزيارة .. ونلاحظ هذه الظاهرة بوضوح فى المناطق السياحية التقليدية فى مصر مثل الأقصر وأسوان وهذا الشكل البنائى للمنطقة يحد من العلاقة الإقتصادية والإجتماعية بين النشاط السياحي وسكان المنطقة ويفرض هذا الوضع نوعاً من الإنعزال بين النشاط السياحي والمجتمع.

### ٢ - شكل ونوعية البناء Quality structure

ففى حالة المناطق التى تعتمد فقط على مابها من آثار تاريخية أو دينية يتحول النشاط السياحي بيا إلى مجرد زيارات سريعة Sightseeing لا يتحقق منها الفائدة الإقتصادية للمنطقة .. إذ أن السائح لا يستقر بالمنطقة إلا لفترة قصيرة ويظفر هذا بالنسبة للمناطق الأثرية فى المنيا ودندرة وإدفو وكوم امبو وأسنا أبو سنبل حيث ينعلم تقريباً الإنفاق السياحي فى هذه المناطق وتتضاءل دورة الإنفاق وأثارها الإقتصادية Multiplier effect ولا يترتب على هذا النمط من النشاط السياحي نتائج إقتصادية فعالة وتظل بالتالى هذه المناطق فى شكلها المتخلف ولا تظهر فيها المنفعة الحقيقية من العمل السياحي،

### ٣ - هيئة شبكة الطرق وحركة النقل

يكون لشبكة الطرق علاقة رئيسية ودور هام فى صياغة النشاط السياحي وتنوع المنتج السياحي. فدرجة الربط بين السوق والمنطقة السياحية يتوقف على توفر المواصلات والقدرة على الوصول Accessibility التى يمكن قياسها على أساس

الوقت . التكاليف . التعدد . الراحة

فسرونة حركة النقل وسرعتها ونموذج الترابط بين المناطق السياحية بأستخدام وسائل النقل

المختلفة يؤدي إلى :

- تنوع المنتج السياحي.

- تحرك السائحين في خط واحد أو دائرياً

- تخفيض أو إرتفاع تكاليف النقل الداخلي بالنسبة للناطق السياحية المختلفة.

- توفير الراحة والأمان وهما من الدوافع الرئيسية Motivations ذات الأثر على النشاط

السياحي.

فالسفر مثلاً إلى كل من الأقصر وأسوان يستلزم إستخدام الطائرة وإلى حد ما القطار كما يستوجب العودة إلى نقطة البداية في نفس الخط بدون زيارة مناطق أخرى تاهم في زيادة المنفعة مما يحمل تكاليف السفر بمعنى زيارة مناطق سياحية على البحر الأحمر وسينا، فإن تكاليف النقل قد تنقص بنسبه ٥٠٪، ولذا كان توفير وتحسين، وسائل النقل والمواصلات عاملاً هاماً في توسيع نطاق سوق السياحة الداخلي، فليس من السبيل إقامة البناء المركب المتكامل للمنطقة السياحية بالإعتناء فقط على نشاط موسى Secsonal traffic في فترة محدودة من السنة - أو على نسب إشغال منخفضة بتغطية نفقاتها الثابتة المطردة في الإرتفاع نتيجة للتطور المستمر في طرق البناء، والتشييد وتجهيز المنشآت السياحية وتحديث هذه الظاهرة في المناطق السياحية المتخصصة التي تعتمد على السياحة الأجنبية فقط إذ أن هذا اللون من السياحة غالباً ما يكون موسياً ومثل نسبة محدودة من الطاقة الإستيعابية الكلية للرافق السياحية .. وما لا شك فيه أن مثل هذه المناطق تظل بعيدة عن التطور والتقدم الذاتي فضلاً عن ضعفها في إجتذاب الإستثمارات الجديدة طالما كانت لا تتمتع بقاعدة عرضة ومستقرة من الطلب السياحي على مدى أطول فترة من السنة.

ويفسر لنا هذا الوضع تخلف الكثير من المناطق السياحية المصرية حتى الآن عن مسايرة التطور الموجود في البلاد المتقدمة. وإفتقارها إلى كثير من مقومات التصنيع السياحي الحديث الذي يتلاءم مع إحتياجات السباح من مختلف الجنسيات والفئات رغم أن الكثير من هذه المناطق له شهرة تاريخية تقليدية .. ويرجع ذلك إلى إعتناء المناطق السياحية وخاصة في جنوب البلاد (الأقصر وأسوان وأبو سنبل) على ما يصل إليها من سائحين أجانب الذين يزورونها في فترات محدودة من السنة ولأوقات قصيرة جداً (في زيارات مشاهدة Sight- seeing tours) الأمر الذي يتيح لهذه المناطق نشاطاً سياحياً محدوداً لا يضمن للمنشآت السياحية بها التشغيل المناسب على مدار السنة ويؤدي ذلك إلى دورة إنفاق ناقصة وقاصرة عن دفع حركة التطو والنمو الذاتي في المنطقة.

#### ٤ - هيكل الإسكان السياحي

يتضمن الطلب السياحي نوعيات متعددة من السائحين تختلف في مستوياتها الإقتصادية وسلوكها الإنفاقي ولذلك تتنوع إحتياجاتها من الإسكان السياحي حيث تمتد هذه الإحتياجات من فنادق الدرجة الأولى إلى غيرها من الدرجات وكذلك المخيمات .. إلخ وتكون

ظروف المناطق السياحية المتقدمة متناسقة مع شكل الطلب السائد حيث يصبح شكل البناء الإسكاني للسائحين على شكل هرم قاعته يمثلها الفنادق ذات الأسعار المنخفضة والمخيمات وقته فنادق الدرجة الأولى حيث نجد أن الجزء الأكبر من فئات السائحين تكون غالباً من محدودى الدخل وذات وعى إنفاقى تبحث عن المستويات المناسبة لها من الخدمات السياحية.

والمشاهد فى كثير من الدول النامية وخاصة فى إفريقيا وبعض دول الشرق الأوسط أن هيكل البناء الإسكاني يكون على شكل هرم مقلوب نجد فيه أن الحجم الأكبر من خدمات الإقامة تتمثل فى الفنادق من الدرجة الأولى أما الفنادق ذات الأسعار المنخفضة تمثل جانباً ضئيلاً من حجم الطاقة الكلية .. ويرجع ذلك إلى ظروف تاريخية وإلى ظروف إقتصادية وإجتماعية محلية.

### أولويات فى اختيار المناطق / الأقاليم السياحية

تعتبر الموارد السياحية قابلة للمقارنة بين بعضنا والبعض باعتبار أنها مؤسسة على قاسم مشترك. تقييم جميع الموارد السياحية المحلية ، تبدأ خطوة أخرى هى ملاحظة توزيعها على أقليم الدولة وتحديد أين يشكل تراكمها مناطق ذات جذب سياحى أكبر، ويوزع كل ذلك على خريطة سياحية للدولة تضم جميع الموارد السياحية التى تم جردها وتقييمها.

\* المناطق التى تصلح لأستقبال حركة سياحة عالمية.

\* المناطق ذات الإمكانيات القابلة للتطوير السياحى من ناحية المقومات وسهولة الوصول.

وباتباع طريقة التركيز Clustering يمكن تحديد المناطق ذات المستقبل السياحى الكافى لتكون أقاليم سياحية ذات أهمية فى أشباع ترغبات وتوقعات السائحين من مختلف الأسواق السياحية كما تكشف عن ذلك تلك الدراسات العلمية المتعمقة للطلب السياحى.

فإذا حدث أن تحسن مستوى الموارد السياحية المحلية أو تدهو ، أو إذا تغيرت أذواق السائحين ورغباتهم، فإن البرنامج الذى تم تكوينه يمكن تعديله للساح بتحديث المعلومات لكى يمكن الوصول إلى تقييم جديد لمجموعات الموارد موضوع البحث. وكنتيجة لذلك فإن أوضاعاً جديدة للتوزيع وأقاليماً سياحية جديدة يمكن أن تتحدد.

فيتوجب عمل حصر بالتسهيلات والخدمات والبنية الأساسية المتوافرة نظراً لتأثيرها مباشرة على كلفة التطوير. أن تحديد الأولويات لمشاريع الأستثمار فى مختلف قطاعات الأقتصاد لتطوير السياحة وكذلك فى قطاع السياحة نفسه، لقرار أستراتيجى هام يتطلب التوقيت الدقيق والتنسيق الفعال بين هذه الأستثمارات نظراً لكون السياحة تتداخل ومعظم قطاعات الأقتصاد الوطنى. وتتحدد عناصر العرض من المقومات والخدمات السياحية بحجم ما يتوافر منها وطاقتها وسهولة الوصول إليها وبالتالي فإن وجود مقومات جذب وخدمات سياحية لا يكتسب بعده الحقيقى لا بأستعمال هذه المقومات والخدمات بشكل مناسب.

وتختلف طاقة المصدر السياحى من وضع لآخر، إلا أن هناك مقاييس عامة تختلف من وضع لآخر بأختلاف المقومات والمواقع وطبيعة وحجم الحركة السياحية الحالية. والمتوقعة وقد

اتفق بشكل مبدئي على تحقيق فدان واحد من شواطئ الأستجمام لكل ٨٠ شخصاً.  
و ميل من مناطق الفروسية وتلق الجبال لكل ٤٠ شخصاً... و فدان من سطح الماء لكل منزلج وقارب منزلج... و ميل مربع من الأرض الجبلية الوعرة لكل ٥ أشخاص... و ميل مربع من الأرض الجبلية المحصورة لكل ٢٥ شخصاً... و ميل مربع من الشاطئ وشواطئ البحيرات لكل ٤٠ شخصاً... و ميل من الشاطئ لكل ٤٤٠ شخصاً.  
على أنه يجب أن يلاحظ عند تطبيق هذه المقاييس بأن السياح وأن كانوا يرغبون في ممارسة حريتهم فأنهم لا يفضلون أن يتركوا لوحدهم.  
ويجب أيضاً أن يقدر الطلب على أحد المقومات أو الخدمات السياحية لا على حد من الطلب اليومي في موسم أقصى الرواج.

أما بالنسبة للموقع السياحي فيفضل أن لا يكون المنظر روتينياً فالسياح يفضلون بعض التغيير في البيئات النباتات والتضاريس والخدمات. ومأوى العطلات والأكواخ ومواقع التخيم وأماكن الترفيه والمقاهي والمتاحف ومناطق الخدمات الأخرى للسياح (مخازن الصناعات اليدوية والتذكارات وبرك السباحة وشواطئ الأستجمام والمتنزهات العلاجية والمواقع التاريخية والعمرانية وأنشاء مواقع أخرى ذات قيمة تاريخية أو فنية أو عمرانية ومجموعات الأبنية التقليدية والأجزاء التاريخية من المدن ومناطق الفروسية وتلق الجبال والصيد وصيد السمك ومحطات خدمة السيارات والجراجات ومواقف السيارات والمناطق المشرفة على المناطق الطبيعية الجميلة، وتكامل كل هذه الخدمات مع محيطها إلا بعض الخدمات التي يجب تضمينها في البكل العام للسخطط التطويري. (١٣)

### القطورات المستقبلية المتوقعة

يبدو مؤكداً أنه لوقت طويل قادم، ستظل أوروبا والبحر المتوسط - مصر - جهة سياحية رئيسية مقصودة، وإن كانت هناك بعض المؤشرات تشير على أن مناطق أخرى سيجتذب السياح أيضاً في المستقبل، ومع تحسن النقل الجوي، فإن كثيراً من الأفراد على أستعداد للسفر إلى أماكن أبعد. فمن المحتمل والمؤكد أن يبحث المزيد والمزيد من السياح من جهات جديدة يقصدونها، تكون أقل تردداً عليها. حيث صارت العديد من المناطق السياحية مكتظة بالسائحين.

ومع ارتفاع مستويات المعيشة، ومع زيادة الدخول، ومع زيادة طول مدد الأجازات ومع زيادة الأجازات بأجر ومع تحسن فرص التعليم، فإن من المحتمل أن تكون هناك زيادة في السياحة، سواء كانت ذات طبيعة محلية أو دولية. فإن تقدم وسائل النقل كان سبباً ونتيجة، لنمو السياحة، إذ أن تيسيرات النقل المتطورة قد شجعت على السياحة، كما تعكس نوعية شبكة النقل، أعنى توفير الخدمات التي يمكن تقديمها ونوعيتها زيادة الفرص المتاحة لرحلة سياحية. وفي الوقت الذي يصعب فيه التنبؤ أو التخطيط لنمو تطوري للمستقبل السياحي، يبدو مؤكداً وبشكل معقول أن النمو المستمر، حتى ولو كان بنسبه بطيئة سيحدث تطوراً في

المستقبل السياحي. وسيكون طريفاً أن نرى إذا كان تقرير اليونسكو لعام ٢٠٠٠ سوف يحقق ٣,٠٠٠ مليون سائح.

فإن التطورات المستقبلية المتوقعة للحركة السياحية تتضمن الآتى:

### \*\* اتجاهات دولية

\* أن التزايد المستمر فى الدخول يؤدي إلى الأقبال على الأسفار. فالتقدم الأقتصادي العالمى المستمر الذى له تأثيره على معدلات التوظف والدخول المخصصة للأستهلاك بصفة خاصة.

\* معدلات النمو الأقتصادي فى الدول المتقدمة والدول النامية وأحتمال ظهور وأنتعاش أسواق جديدة.

\* التغييرات النقدية وأهتمام الدول والمنظمات المالية للتغلب على ظاهرة التضخم والتقلبات العنيفة فى أسعار العملات..

\* معدلات التغير فى القوى الشرائية وأنماط الأستهلاك بالنسبة للمواطنين والأجانب بأعطاء أهتمام أكبر للأتفاق على قضاء أوقات الفراغ والسفر والسياحة.

\* أوقات الفراغ والأجازات السنوية ونظم توزيعها على مدار العام والأتجاه إلى زيادة نصيب الفرد من الأجازات والأستفادة بها عدة مرات مما ساعد على تكرار السفر والسياحة سواء الداخلية أو الخارجية.

### \*\* تغييرات فنية

\* حركة الطيران والتغييرات الفنية الكبيرة التى شهديتها صناعة الطائرات

- Wide bodied jet aircraft.
- Increased speed.
- Comfort.
- Dramatic reductions in prices.

\* حركة السفر بالسيارات الخاصة.

\* تطور فى نشر وتوزيع المعلومات، والنظم المستخدمة فى تنظيم وتقديم الرحلات.

\* الظاهرة الجماعية للسياحة Mass tourism حيث أصبح الطلب على الفنادق العالية الدرجة ورحلات الطيران المنتظم يمثل جانباً صغيراً من الطلب الكلى أما النصب الأكبر فقد أصبح من خط الفنادق متوسطة الدرجة والرحلات المصممة التى تستخدم الطيران العارض Charter flights

### \*\* اتجاهات تكنولوجية

أختراعات جديدة من أجل مزيد من الراحة والضمان والسرعة متمثل فى وسائل النقل - التسويق - التمويل - التغذية والتى قد تؤثر على صناعة السياحة، مثل كافتيريات الخدمة

الذاتية، القطارات السريعة، عابرة المدن، الثلاجات، ماكينات التنظيف، مراكز الحجز التي تعمل بالحاسب الآلى ، سرعة شبكة الأترنت .... الخ.

### \* سمات النمو

. أصبح السوق السياحي لكبار السن The senior Citizen Market فى السنوات الأخيرة ذو أهمية، فعلى الفنادق أن تطوع خدماتها وتسبيلاتنا لصالح هذه النوعية من السائحين.

### . التركيز على الرحلات المتكاملة ،

. اتجاه الطلب السياحي بشكل متزايد إلى الأهتمام بغرق الترفيه والرياضة ومزاولة البوابات الخاصة وقضاء العطلات بعيداً عن مناخ العسل فى مناطق هادئة متشاكلاً فى الاتجاهات التالية: .

- السفر لمسافات بعيدة. Long distance travel

- الأهتمام بزيارة المناطق ذات الأبار الحضارى والثقافى Exotic destinations

### \* اتجاهات الهيمنة فى صناعة السياحة .

\* اتجاه متزايد نحو التكامل والأندماج Integration process الذى أخذ عدة أشكال و أنماط للتلاءم مع حركة السفر المتشكلاً فى الآتى: .

. تكامل وأندماج بعض المؤسسات الفندقية العالمية فى شكل واحد.

. اتجاهات تكاملية بين شركات الطيران وشركات الفنادق المتشكلاً فى تكامل شركة بان أميركان مع شركة أنتركونتيننتال للفنادق، وآي فرانيس مع الميريديان.

. قيام منظمى الرحلات Tour Operators بإنشاء المراكز السياحية التى تناسب مع نوع وسعر الرحلات التى يقدمونها للسوق. كأنشاء الموتييلات . الشقق الفندقية . القرى السياحية . فنادق المطارات . مناطق للكارفانات .. الخ.

\* ديناميكية فى المفهوم وفى الأنشاء حيث شيدت الصناعة الفندقية تغيرات كبيرة فى أنواع الفنادق لتلاءم مع حركة السفر بالسيارات والسفر الجماعى الكبير بالطائرات وبدأنا نشهد تزايد عدد الفنادق التى تزيد عدد غرفها عن ألفا غرفة والتى أنتشر فى العديد من بلاد العالم.

\* أقامة وتأثيث أنواع مختلفة من الغرف من حيث المستوى فى المبنى الواحد فبالنسبة المنشأة الفندقية المتفردة فقد أصبحت رغم تعدد أنواعها تجمع ما يلى:

. غرفه حديثة مزدوجة.

. حجز مركزى.

. مطاعم خدمة سريعة Fast food operation

. خدمات أضافية للنزلاء.

- أسعار اقتصادية لمخاطبة أقسام متنوعة.

\* التوسع فى تطبيق نظم الفرانشايز Franchise للأستفادة من نظم الإدارة وأسم الشيرة للمؤسسات الدولية.

### \* اتجاهات بيئية .

- إصدار تشريعات الحفاظ على البيئة. خاصة فى فكر التنمية المستدامة.

- تقليل أستنزاف الموارد الطبيعية.

- المحافظة على التنوع البيئى والبيولوجى.

- العمل داخل إطار قدرة تحمل النظام البيئى.

- الأستخدام التكنولوجى للبيئة.

- تقييم الأثار البيئية للشروعات.

### \* الطاقة الأستيعابية البيئية

- حدود الموارد الملموسة

- قدرة السكان المضيفين على الأحتمال.

- رضا الزوار.

- المعدل المتزايد للتنمية أو التغيير.

- مرونة النظام البيئى.

### \* تشريعات خاصة بحماية البيئة من التلوث :-

تلوث الهواء - تلوث مياه الشرب - تلوث البحار والشواطىء - والأنهار - التلوث البصرى - التلوث السمعى (الضجيج).

\* المحميات الطبيعية وقوانين الصيد.

### \*\* اتجاهات أستهلاكية

\* تشريعات للتغذية والمشروبات (المواد الحافظة - والصبغات).

\* قانون حماية المستهلك.

### \* اتجاهات دعائية

\* تشريعات خاصة بالأعلانات.

\* أستخدامات وسائل الأتصال الجمعى.

\* قانون الأصدارات الخاص بالصحف والمجلات الدعائية.

### \* اتجاهات بلدية

\* تشريعات التنظيم والتخطيط.

\* تشريعات المؤسسات الخطرة والمضرة بالصحة العامة .

\* وهناك القوانين تتعلق بالأبنية الصناعية.

\* قوانين الأبنية الأثرية والمواقع الطبيعية.

\* تشريعات المحافظة على الثروات الطبيعية الوطنية لحماية المناطق الخضراء . والمواقع

السياحية من المضاربات العقارية.

## مخزون الموارد

\* بدون دراسة وافية لما تمتلكه دولة ما من مقومات سياحية وبدون تقييمها في ضوء

أنماط السياح المنتظرة في المستقبل، لا يمكن للدول أن تبدأ بالتخطيط للتوسع في تجارتها السياحية في المستقبل. فمن الأهمية الأساسية إعداد تقييم دقيق جداً لكل مقومات الجذب - طبيعية، تاريخية - ثقافية - التي تمتلكها دولة ما، وتبعاً لهذا الحصر، فمن الضروري أيضاً إصدار تشريع لصيانة وحماية وتطوير مخزون الموارد الطبيعية للدولة.

\* لا بد من التخطيط على مستويات مختلفة بالنزول ابتداء من المستوى القومي، ومن ثم

فإن تحديد مخزون الموارد المتاحة لا بد وأن يكون في المقام الأول على المستوى القومي على أن تكون الموارد موضع الدراسة ذات صلة ما بضاعة السياحة.

- ويمكن تقسيم الموارد على المستويات التالية: -

(١) الموارد الاقتصادية.

(٢) الموارد السياحية.

- وأن الهدف وراء تحديد المواد المتاحة هو الآتي: -

(١) تعيين المعوقات والمحددات التي تؤثر على الأهداف السياحية القومية.

(٢) تحديد نقاط القوة والضعف في القدرة القومية على اجتذاب السائحين.

- تقييم لمخزون الموارد السياحية القومية.

أن هناك عدداً من المبادئ التي يجب أن يقوم عليها التقييم، وهي على النحو التالي: -

- أن مقومات الجذب السياحي يجب أن تتطور بشكل متقدم في أرجاء البلاد كلها حتى

يمكن أن تنتشر السياحة على أوسع نطاق ما أمكن، وبهذا الأسلوب فإن الفوائد التي تجني من الصناعة يتسع مجالها أيضاً، وتستفيد منها معظم الأقاليم.

- المناطق ومقومات الجذب المنتقاة - التطوير خاص - يجب أن تتواءم مع أوسع قطاعات

ممكنه من السياح على مدى أطول موسم ممكن. وبالألتزام بهذا المبدأ، سوف تتجنب زيادة الاعتماد على نمط معين من السياح، أو على مجموعة وطنية معينة أو موسم معين في السنة.

- لما كان من المستحيل تطوير كل مقومات الجذب في آن واحد، فسن الميّم ألا يشرع في

الأهتمام بمقومات جذب مماثلة، أو منافسة حتى يمكن أن يقرها حجم الزوار، إذ أن كثيراً جداً

من بدائل مقومات الجذب، أو المقومات المنافسة، قد تكون لنا خطورتها على نجاح مقومات أخرى، إذا لم تكن أعداد السياح وقوة إنفاقهم كبيرة بالدرجة التي يمكن أن تبقى عليها، وواضح أن العناية التامة، يجب أن تراعى فى إعطاء الأولويات.

### \* تحليل عناصر القوة والضعف

\* وصف وتقييم المشوقات.

\* مكان المواقع المنافسة عددها حجمها.

\* الصعوبات المحتملة.

\* درجة أمتياز السلعة أو الخدمة عن غيرها.

\* درجة أمتياز المؤسسة عن غيرها.

### ثانياً: ما هو الوضع المستهدف؟

للأجابة على التساؤل الثانى. ضرورة تحديد الخطوط العامة للوضع المستهدف من الخطة القومية للدولة، والخاصة بتنمية قطاعات الدولة الاقتصادية المختلفة، كما يجب أن توضع خطة توعية للسياحة فى إطار الخطة القومية العامة للدولة. بصرف النظر عما إذا كانت هذه الدولة ذات اقتصاد مركزى موجه أو اقتصاد حر.

ويمكن ذكر بعض الأهداف الرئيسية للخطة العامة للدولة والتي يمكن تطبيقها على قطاع السياحة على الوجه الآتى: -

**أولاً:** تحقيق أقصى استفادة ممكنة من البنية الأساسية التى تمت أقامتها خلال الخطط السابقة والتي تم أنفاق المليارات عليها (طرق - كبارى - كبرياء) بحيث يستفيد منها مختلف القطاعات «قطاع الأعمال العام والقطاع الخاص مع التركيز على المشروعات الصغيرة التى يمكن أن تستوعب أعداد كبيرة من فرض العمالة وهذا هو أحد أساليب القضاء على البطالة.

**ثانياً:** الأهتمام بقضية البيئة بعناصرها الثلاثة الرئيسية (الأرض - المياه - الهواء).

**ثالثاً:** زيادة الأهتمام بالمحليات لتأخذ دوراً حقيقياً فى تحقيق التنمية وأنشاء جهة تضم مسئولى التخطيط والجهاز المركزى للتعبئة العامة والأحصاء فى كل محافظة تساهم فى تقديم المعلومات والبيانات التى تعاون فى عمليات التنمية.

**رابعاً:** التنسيق بين قطاعات الاقتصاد القومى لتعميق التصنيع المحلى بما يضمن أن تكون الأولوية للمنتج المحلى.

**خامساً:** تحقيق التكامل بين دول المنطقة بما يحقق احتياجات أسواق هذه الدول .

**سادساً:** زيادة الأهتمام بالتخطيط فى هذه المرحلة حيث أن حجم الأذخار العالمى يقل من عام لآخر حسب تقرير البنك الدولى، كما أن للمتغيرات التى حدثت أخيراً بالنسبة للأتحاد السوفيتى والكتلة الشرقية ومد يد المساعدات لهم سيكون له أثره على

حجم التمويل للدول النامية ومنها مصر مما يؤكد أهمية دور التخطيط لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من مواردنا المتاحة.

سابعاً: عدم التوسع في الاعتماد على القروض الخارجية وفي حال الضرورة القصوى تتم الدراسة على أن تسدد القروض من عائد تلك المشروعات.

ثامناً: جذب الاستثمارات الأجنبية.

وفي ضوء السياسة العامة لوزارة السياحة كان لا بد أن تكون السياسة اللازمة لتنفيذ الخطة الخمسية الرابعة لقطاع السياحة (الوزارة وهيئاتها) صدى لهذه السياسة العامة وأنعكاسها.

وعلى هذا الأساس تم صياغة هذه السياحة بالخطة العشرينية والموضحة كالتالي: (١٦)

(١) وضع السياحة ضمن أولويات العمل القومي للحفاظ على الموارد وحماية البيئة.

(٢) ضرورة أن تكون الدراسات البيئية عنصراً من عناصر أى مشروع سياحي.

(٣) وضع برامج متكاملة لحماية البيئة من التلوث والحفاظ على الحياة الطبيعية من التدهور والأضرار ولدراسة أمكانية الاستفادة منها لخدمة السياحة دون أخلال لطبيعة الموقع أو أحداث خلل بالتوازن البيئي.

(٤) معالجة المشاكل السكانية والمساهمة في إعادة توزيع السكان بين الأقاليم عن طريق مد العمران السياحي إلى مناطق جديدة.

(٥) الربط الكامل بين عناصر المنتج السياحي.

(٦) تنظيم دور القطاع الخاص وقطاع الأعمال في تسجيل مناطق الاستثمار وخاصة المناطق السياحية الجديدة.

(٧) المساهمة الفعلية لقطاع السياحة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع.

وفي ضوء ورقة السياسة العامة وخطط التحرك الصادرة من الوزارة فقد تم تحديد المحاور التي يتركز عليها العمل على النحو التالي: .

(١) الأخذ بآليات السوق في تحسين الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة الأمر الذي استلزم إعادة رسم الدائرة التي يعمل فيها كل من القطاع العام والخاص بما يتفق مع متطلبات التنمية.

\* الأخذ في تطبيق سياسة التخصصية كأسلوب لتحقيق توازن للموازنة العامة للدولة وربط عملية الادخار بالانتاج وبالتالي رفع كفاءة الانتاج وزيادة الإنتاجية.

\* إعادة تنظيم القطاع العام بهدف الفصل بين ملكية الدولة والادارة .

\* تنوع المنتج السياحي وتشجيع أنماط أخرى من السياحة.

\* استثمار الاستقرار السياسي والاجتماعي والأمني في تشجيع استثمارات القطاع الخاص.

(٢) أرساء استراتيجية قومية للتنمية السياحية .

\* العمل على حماية الموارد الطبيعية والثقافية فى جميع المناطق المستهدف تنميتها  
سياحياً بهدف تهيئة الأطار الأقتصادى والإدارى لتحقيق التنمية المستمرة.

\* تحقيق التكامل بين البيئة والثقافة عند تخطيط وتنفيذ مشروعات التنمية السياحية.

\* وضع مخططات شاملة للمناطق ذات الأولوية ووضع ضوابط واضحة للمستثمرين.

(٣) إعادة هيكله وتنظيم الهيئات التابعة لوزارة السياحة.

(٤) تشجيع القطاع الخاص على الأستثمار السياحى فضلاً عن تنوع المنتج السياحى المصرى

حفاظاً على مركز مصر التنافسى مع البلدان السياحية الأخرى وبالتالى تعظيم جانب

العرض ليتوازن مع جانب الطلب.

(٥) رفع كفاءة، القطاع السياحى وذلك بالأهتمام بتنمية القرى البشرية.

(٦) تحديث وتطوير نظم إدارة المعلومات وتطبيق التكنولوجيا الحديثة للحصول على المعلومات

وتحليلها.

(٧) تنفيذ خطة تسويقية اعلامية وأعلانية شاملة تستهدف كافة الأسواق المصدرة للسياحة

لمصر بغرض أحداث التحرك المكثف وذلك بأاتباع أحدث أساليب التسويق والترويج مع

التركيز على المستهلك محلياً وخارجياً فضلاً عن منظمى الرحلات ووكلاء السفر، بهدف

التأثير فى جميع أولئك الذين يلعبون دوراً هاماً فى التسويق السياحى ، وذلك بحشد

الموارد والكفاءات الخاصة والمناسبة لهذا العمل لتعظيم الطلب السياحى.

(٨) التركيز على التوعية والتثقيف الجماهيرى.

ولتحقيق الجودة السياحية فإن على وزارة السياحة اتخاذ الخطوات العملية التى يكون

هدفها على النحو التالى: .

\* للأرتقاء بمستوى جودة الخدمات السياحية.

\* رفع كفاءة ووعى العنصر البشرى القائم عليها.

والمتمثل فى الاتى:

\* الأرتقاء بمستوى جودة كافة الخدمات السياحية بما يتمشى مع المستويات العالمية.

\* حصر المدارس والمعاهد والكلليات المعنية بالسياحة فى مصر وأعداد دراسة شاملة عن

المناهج السياحية وأنظمة التدريب المطلوبة.

\* تنظيم دورات تدريبية متخصصة للعناصر البشرية المستهدفة من العاملين فى السياحة.

\* وضع خطة شاملة بهدف أشاعة الوعى السياحى العام فى المجتمع بأعتبار ذلك شرطاً

لا بد منه لأية نهضة سياحية حقيقية.

\* تزويد جميع المكاتب الخارجية التابعة لقطاع السياحة ومكاتب التمثيل الدبلوماسى

والتجارى فى الخارج بالمطبوعات لعل الدعاية اللازمة للسياحة فى مصر.

**ولذا كان من اللازم اتخاذ الإجراءات التالية :-**

- \* وضع أولويات تنفيذ المشروعات طبقاً لأهميتها ومدى مشاركتها فى زيادة الدخل السياحى مع اعتناء الميزانيات اللازمة لتنفيذ تلك المشروعات.
- \* العمل على تحقيق التنحية الشاملة المتواصلة فى المناطق السياحية المتعددة وتزويد هذه المناطق بكافة المرافق اللازمة لتأدية وظيفتها السياحية على أكمل وجه.
- \* المشاركة فى المؤتمرات والبورصات والمعارض السياحية الدولية وتنظيم القوافل السياحية للتنشيط السياحى.
- \* تزويد جميع المكاتب الخارجية التابعة لقطاع السياحة ومكاتب التمثيل الدبلوماسى والتجارى فى الخارج بالمطبوعات لعل الدعاية اللازمة للسياحة فى مصر.
- \* الأشتراك فى شبكات المعلومات الدولية انتى ستصبح الأساس التسويقى للسياحة.
- \* توفير الكوادر المؤهلة من الخبرة.
- \* توفير الدورات الدراسية للحفاظ على متواها والرقى بنا.

**ثالثاً: كيف يمكن الانتقال من الوضع الحالى إلى الوضع المستهدف؟**

للإجابة على هذا السؤال أيا كان مستوى التخطيط، فإن المخطط عليه يبين أثناء وضع الخطة النقاط التالية:

- ١ - الأهداف.
- ٢ - وسائل تحقيق الأهداف.
- ٣ - تحليل التكلفة /العائد لكل عمل مخطط.
- ٤ - تحديد المسؤوليات.
- ٥ - مراحل الخطة.
- ٦ - الوقت المتاح لكل عناصر الخطة.
- ٧ - الميزانية - مقدارها - كيفية توفيرها.
- ٨ - التقييم والمتابعة.
- ٩ - وضع مقارنة بعد التنفيذ بين المستهدف فى الخطة وما تم بالفعل، وقياس هذه الفروق وشرح أسباب هذا الاختلاف.
- ١٠ - التقريرالنهائى. إستخدام النتائج المستخلصة فى وضع تقرير موقف مايستخدم فى المرحلة التالية من التخطيط.